


KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutusohjelma

Jenni Matikainen

LIIKETOIMINTASUUNNITELMA KOIRIEN TURKINHOITO- JA
TRIMMAUSALAN YRITYKSELLE

Opinnäytetyö
Huhtikuu 2020

 Karelia AMMATTIKORKEAKOULU	OPINNÄYTETYÖ Huhtikuu 2020 Liiketalouden koulutusohjelma Tikkarinne 9 80200 JOENSUU +358 13 260 600 (vaihde)	
Tekijä(t) Jenni Matikainen		
Nimeke Liiketoimintasuunnitelma koirien turkinhoito- ja trimmausalan yritykselle Toimeksiantaja Jenni Matikainen		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tavoitteena oli laatia liiketoimintasuunnitelma perustettavalle yritykselle, jonka tarkoituksena on tarjota koirien turkinhoito- ja trimmauspalveluita. Toimeksiantajana opinnäytetyössä oli kirjoittaja itse, joka toimisi perustettavan yrityksen yrittäjänä. Liiketoimintasuunnitelman on tarkoituksena olla työkalu aloitettavalle yritystoiminnalle. Liiketoimintasuunnitelma sisältää myös yrityksen rahoitustarvelaskelman ja tulossuunnitelman, joiden avulla arvioitiin yrityksen rahoituksen tarvetta ja kannattavuutta. Yritystoiminta aloitetaan sivutoimimisena.</p> <p>Tämän toiminnallisen opinnäytetyön produktina syntyi liiketoimintasuunnitelma perustettavalle koirien turkinhoito- ja trimmausalan yritykselle. Opinnäytetyöhön koottiin kattava teoriapohja produktin sisällön aihealueista, jonka avulla tekijä perehtyi teoriassa liiketoiminnan eri alueisiin. Teoriapohja koostuu liiketoiminnan ajantasaisesta kirjallisuudesta ja sähköisistä lähteistä, joiden valinnassa oli otettu huomioon lähdekritiikki. Lisäksi aineistoa opinnäytetyön produktiin kerättiin yritysneuvojan kanssa käydyistä tapaamisista ja tekijän itse toteuttamien havainnointien pohjalta.</p> <p>Opinnäytetyön produktissa esitellään yrityksen liikeidea, strategia sekä asiakkaat ja palvelut. SWOT-analyysin avulla analysoidaan yrityksen toimintaympäristön sisäisiä vahvuuksia ja heikkouksia sekä ulkoisia mahdollisuuksia ja uhkia. Lisäksi liiketoimintasuunnitelma sisältää yrityksen rahoituslaskelman, jossa esitetään yrityksen alkupääoman määrä, ja tulossuunnitelman, jossa esitetään yritystoiminnan kulut ja tavoiteliikevaihdon määrä. Tärkein lopputulos oli, että kannattavan liiketoiminnan harjoittaminen on mahdollista.</p>		
Kieli suomi	Sivuja 64 Liitteet 2 Liitesivumäärä 2	
Asiasanat liiketoimintasuunnitelma, trimmaus, trimmaamo, turkinhoito		



THESIS
April 2020
Degree Programme in Business Economics

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
FINLAND
+ 358 13 260 600 (switchboard)

Author (s)
Jenni Matikainen

Title
Business Plan for a Dog Grooming Business

Commissioned by
Jenni Matikainen

Abstract

The purpose of this thesis was to create a business plan for a new company which will offer dog grooming services. The business will be started as part-time entrepreneurship, in which the entrepreneur is the author of this thesis. The business plan is meant to be an instrument for the established company. For this purpose, financial forecasts and statements of the company were calculated.

This thesis is practice-based and it includes a theory section and a product. The theoretical framework is based on relevant business literature and online sources. In addition, meetings with a business advisor and observations of company's business area provided important information. The source material were selected and analyzed using a critical approach.

The product of this thesis is a business plan that presents the business idea, strategy, customers and services of the company. With the help of SWOT analysis the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the future business have been studied. In addition, the business plan includes the cash flow statement, which presents the estimated amount of the company's start-up capital, and the profit plan forecasting the costs and turnover. The most important result of this thesis was, however, that it confirmed the viability of starting a profitable business that offers dog grooming services for the selected group of customers.

Language

Finnish

Pages 64

Appendices 2

Pages of appendices 2

Keywords

business plan, dogs, pet grooming, pet grooming business

Sisältö

1	Johdanto.....	6
2	Opinnäytetyön tavoite, rakenne ja rajaukset	7
2.1	Opinnäytetyön tavoite	7
2.2	Opinnäytetyön rajaukset.....	8
2.3	Opinnäytetyön rakenne	9
2.4	Aiemmat tutkimukset.....	10
3	Opinnäytetyön tutkimusmenetelmät.....	12
4	Yrittäjyys	14
4.1	Yrittäjyyden ulottuvuuksia.....	15
4.2	Yrittäjyys Suomessa.....	17
5	Liiketoimintasuunnitelma.....	19
5.1	Liiketoimintasuunnitelman merkitys	20
5.2	Yritys- ja liikeidea.....	21
5.3	Visio, arvot ja strategia	22
5.4	Yhtiömuodon valinta.....	23
5.4.1	Toiminimi.....	24
5.4.2	Osakeyhtiö	27
6	Yritys toimintaympäristössään	30
6.1	Yrityksen mikro- ja makroympäristö	30
6.2	SWOT-analyysi.....	32
6.3	Asiakkaat ja ostokäyttäytyminen	34
6.4	Koiran aseman muutokset yhteiskunnassa.....	36
7	Taloudelliset resurssit liiketoiminnassa.....	38
7.1	Yrityksen toiminta.....	39
7.2	Taloushallinto.....	40
7.2.1	Kirjanpitovelvollisuus ja kirjanpito	41
7.2.2	Verotusäännösten vaikutus taloushallintoon.....	44
7.3	Rahoitus liiketoiminnan alussa	46
7.3.1	Rahoitusmuodot	47
7.3.2	Rahoituslaskelma	48
7.4	Hinnoittelu	49
7.5	Talouden suunnittelu.....	51
8	Liiketoimintasuunnitelma perustettavalle yritykselle X.....	52
8.1	Perustiedot.....	52
8.2	Liikeidea.....	53
8.3	Visio, arvot ja strategia	53
8.4	Yritystoiminnan tavoitteet.....	54
9	Yritys X toimintaympäristössään	55
9.1	Asiakkaat, asiakkaan sitoutuminen ja palvelut	55
9.2	SWOT-analyysi.....	59
10	Yritys X:n taloudelliset resurssit	62
10.1	Taloushallinto.....	62
10.2	Rahoituslaskelma	63
10.3	Hinnoittelu	64
10.4	Tulossuunnitelma	64
11	Johtopäätökset ja pohdinta	66
	Lähteet.....	70

Liitteet

Liite 1

Liite 2

Rahoituslaskelma

Tulossuunnitelma

1 Johdanto

Koiran aseman muuttuminen yhteiskunnassa metsästävästä hyötyeläimestä seurakoiraksi on muuttanut koiranomistajien suhtautumista koiransa hyvinvointiin. Koirat ovat yhä useammassa kodissa perheenjäseniä, joiden hyvinvointiin panostetaan ja sitoudutaan yhä paremmin. Koirabisnes on saanutkin aivan uusia ulottuvuuksia koiranomistajien kulutustottumusten muutosten myötä. Koirien hyvinvointiin kiinnitetään entistä laaja-alaisemmin huomiota. Koiranomistajat käyttävät koiriaan nykyisin hieronnassa ja fysioterapiassa ja koirat syövät laadukasta ruokaa. Osa koiran hyvinvoinnista huolehtimista on sen oikeaoppinen turkinhoito turkinlaadun vaatimalla tavalla. Koiran turkinhoito ja trimmaaminen voi viedä paljon aikaa, kuten villakoiran turkin peseminen jopa viikoittain tai karkeakarvaisen terrierin useamman tunnin kestävä nyppiminen, lisäksi turkinhoitoon tarvittavien välineiden viidakko on loputon. Kun koiran turkin hoitaa trimmaaja, säästyy omistaja turkinhoidon ja trimmaamisen opettelemisen vaivalta ja välineiden hankinnalta, ja siihen kuluvan ajan hän voi käyttää muuhun, vaikka omasta hyvinvoinnista huolehtimiseen.

Opinnäytetyön aiheena on laatia liiketoimintasuunnitelma koirien turkinhoito- ja trimmauspalveluita tuottavalle yritykselle. Idea opinnäytetyön aiheeseen tuli opinnäytetyön kirjoittajalta itseltään. Trimmausharrastuksen parissa olen toiminut jo kymmenen vuoden ajan, mihin johdatti ensimmäinen oma koirani. Itselleni oli alusta asti selvää, että opetteleen itse hoitamaan ja trimmaamaan koirani turkin oikeaoppisesti, koska rotuvalintani osui säännöllistä trimmausta ja turkinhoitoa vaativaan rotuun. Trimmauskertojen kertyessä myös innostus trimmaamiseen on lisääntynyt ja koirien parissa toimiminen on ollut sydäntäni lähellä aina.

Viime vuosina olen usein ajatellut trimmaamon perustamista, mikä tarjoaa koirille trimmaus- ja turkinhoitopalveluita, koska kiinnostukseni koiria ja niiden turkinhoitoa ja trimmaamista kohtaan ei ole vuosien varrella laantunut ja haluan oppia koko ajan uutta. Haluan opinnäytetyöni avulla selvittää trimmaamon perustamisen mahdollisuutta laatimalla liiketoimintasuunnitelman ja selvittämällä toiminnan kannattavuutta laskelmien avulla.

2 Opinnäytetyön tavoite, rakenne ja rajaukset

2.1 Opinnäytetyön tavoite

Opinnäytetyön tavoitteena on laatia perustettavalle koirien trimmaus- ja turkinhoitoalan yritykselle liiketoimintasuunnitelma. Liiketoimintasuunnitelmassa kuvataan yrityksen toiminta ja tavoitteet sekä pyritään miettimään ja kuvaamaan toiminnan mahdollisuudet ja riskit kattavasti. Liiketoimintasuunnitelmaan liitetään taloudelliset laskelmat suunnitellusta yritystoiminnasta, joiden avulla arvioidaan yrityksen kannattavuutta. Laskelmien tavoitteena on selvittää toiminnan alussa tarvittavan rahan määrä (rahoitustarvelaskelma), mikä kuuluu työvälinehankintoihin ja toimitilan remontoimiseen, sekä tehtävän työn määrä, mitä vähintään tulee tehdä, että toiminnalla saavutetaan aluksi nollatulot (tulossuunnitelma). Tulossuunnitelma laaditaan kahdelle ensimmäiselle tilikaudelle, jotta tuloksen kehittyminen on helpommin arvioitavissa ensimmäisen tilikauden jälkeen.

Opinnäytetyön produktina syntyvä liiketoimintasuunnitelma perustettavalle yritykselle X antaa hyvän pohjan liiketoiminnan aloittamiselle, koska liiketoimintasuunnitelmassa esitetyt asiat on mietitty jo valmiiksi perustettavan yrityksen kannalta. Trimmausalan yrityksiä ei juurikaan Keski-Karjalassa ole, joten vertailutietojen saaminen on hankalaa. Lisäksi trimmaajat toimivat useimmiten yksinyrittäjinä, joten alan yritystoiminnasta on haastavaa saada tietoja.

Opinnäytetyön tuloksien on tarkoitus toimia yrityksen perustajalle päätöksen pohjana, aloitetaanko yritystoiminta ja millaisella palvelutarjonnalla. Liiketoimintasuunnitelmassa esille tulleiden aiheiden käsittelyn ja laskelmien tulosten pohjalta pohditaan, onko yrityksen perustamiselle mahdollisuutta yrittäjän elämäntilanteessa, sillä siihen on huomioitava myös yrityksen perustajan kokopäivätyö. Suurin haaste pohdinnassa tulee olemaan yrittäjän aika: onko yrittäjäksi aikovalla ajallisia resursseja yritystoiminnan pyörittämiseen? Vaikka intohimo ja halu koirien parissa toimimiseen on suuri, on myös huomioitava oma hyvinvointi ja jaksaminen.

2.2 Opinnäytetyön rajaukset

Liiketoimintasuunnitelmassa pääpaino on yrityksen toiminnan ja toimintaympäristön kuvaamisessa ja taloudellisissa laskelmissa, tulossuunnitelmassa ja rahoituslaskelmassa, koska tavoitteena on selvittää liiketoiminnan aloittamisen mahdollisuutta ja toiminnan kannattavuutta. Liiketoiminnan kannattavuuden tarkastelussa taloudelliset laskelmat ovat välttämättömät. Liiketoiminnan huolellisella suunnittelulla pyritään kartoittamaan toiminnan mahdollisuudet ja riskit mahdollisimman hyvin, mikä liiketoimintasuunnitelman tarkoitus onkin, jotta toiminnan aloittaminen on mahdollisimman helppoa.

Liiketoimintasuunnitelmassa markkinoinnin osa-alueeseen ei paneuduta juuri ollenkaan, koska yritystoiminta ei ole vielä alkanut ja siksi yrityksen markkinointi ei ole tässä vaiheessa avainasemassa, joten osa-alue rajataan opinnäytetyössä tarkemman tarkastelun ulkopuolelle. Markkinoinnin osalta sen suunnitteluun ja toimenpiteisiin paneudutaan tarkemmin, kun yritystoiminta on jo käynnissä. Lisäksi henkilöstöä käsittelevät aihealueet rajataan pois, koska yrittäjä toimii yksinyrittäjänä. Palveluntarjoajana yrityksellä ei ole tarvetta jatkuville aine- ja tarvikehankinnoille, joten esimerkiksi ostoprosesseihin liittyviä aiheita ei tulla käsittelemään liiketoimintasuunnitelmassa, vaan alkuinvestointien vaatimat hankinnat sisällytetään rahoituslaskelmaan.

Opinnäytetyön yhteydessä esitetty liiketoimintasuunnitelma perustettavalle yritykselle X on tiivistetty versio kattavammasta ja yksityiskohtaisemmasta liiketoimintasuunnitelman kokonaisuudesta, joka on toteutettu yhteistyössä KETI:n yritysneuvojan kanssa. Alkuperäinen liiketoimintasuunnitelma sisältää yrityssalaisuuksia ja paljon yksityiskohtaisesti mietittyjä ja esitettyjä asioita yrityksen toiminnasta ja kilpailueduista, joten niitä on karstittu julkaistusta versiosta pois. Esitetyt liiketoimintasuunnitelman osat on pyritty pitämään mahdollisimman tiiviinä ja selkeänä kokonaisuutena. Opinnäytetyön tarkoituksena ei ole antaa valmista liiketoiminnan aloittamisen pakettia ja valmiiksi mietittyjä kilpailuetuja jollekin toiselle, joka miettii alan yrityksen perustamista, siksi muun muassa yrityksen kilpailuedut, joilla se erityisesti erottuu kilpailijoistaan, toimintaympäristössään on haluttu pitää salassa.

Yhtiömuodon valinnassa henkilöyhtiöiden, eli avoin ja kommandiittiyhtiö, tarkempi tarkastelu rajataan pois, koska niiden perustamiseen tarvitaan vähintään kaksi henkilöä.

Koska perustettavassa yrityksessä tulee toimimaan ainoastaan yrittäjä itse, eivät nämä henkilöyhtiöt sovellu yrityksen yhtiömuodoiksi. Tarkempaan yhtiömuodon valinnan tarkasteluun valitaan toiminimi ja osakeyhtiö.

2.3 Opinnäytetyön rakenne

Opinnäytetyön alussa on esitelty työn aihe taustoineen, sen tavoite ja rajaukset. Aiemmista tutkimuksista kerrotaan ennen työn tutkimusmenetelmien kuvaamista, joita käsitellään omassa luvussaan. Näiden jälkeen aloitetaan teoriaosuus, jossa tietoperusta opinnäytetyöhön on rakennettu käyttämällä monipuolisesti alan ajantasaista kirjallisuutta, mikä käsittelee muun muassa liiketoiminnan suunnittelua, taloudellisia analyysejä sekä liiketoimintaosaamista. Kirjallisuuden lisäksi käytetään sähköisiä lähteitä, erityisesti keräämään tietoa yrityksen liiketoiminnan alalta ja koirien asemasta yhteiskunnassa.

Tietoperustan tehtävänä on perehdyttää liiketoimintasuunnitelman tekijä, eli yrittäjä, teoriassa yrityksen liiketoiminnan suunnitteluun, perustamiseen ja sen toimintaan. Liiketoimintasuunnitelmaa laatiessa sovelletaan teoriassa opittuja asioita, kuinka ne viedään oman yrityksen toiminnassa käytäntöön. Tietoperusta siis hyödynnetään opinnäytetyön produktissa, eli liiketoimintasuunnitelmassa. Yrityksen laskelmia sen rahoituksesta ja tulossuunnittelusta tehdessä yrittäjä perehtyy yrityksen kulurakenteeseen ja myynnin tarpeen selvittämiseen, samalla mietitään yrittäjän ajallisia resursseja yritystoiminnan pyörittämiseen ja sen laajentamiseen.

Teoriaosuuden jälkeen esitetään opinnäytetyön produkti eli perustettavalle yritykselle laadittu liiketoimintasuunnitelma ja laskelmat, jotka molemmat esitetään omissa luvuissaan. Taloudellisista laskelmista perehdytään rahoitustarvelaskelmaan ja tulossuunnitelmaan, koska ne ovat keskeisimmät laskelmat aloittavalle yritykselle. Rahoituksen tarve on selvitettävä, että pystytään päättämään tarvittavan rahoituksen hankinnasta, tulossuunnittelulla puolestaan selvitetään yrityksen kulurakenne ja tulovirrat. Asiakkaat ja muut yrityksen sidosryhmät sekä sen makroympäristö luovat yrityksen laajan toimintaympäristön, joka sisältää liiketoiminnan kannalta paljon käsiteltäviä ja huomioitavia asioita, joten yrityksen toiminta omassa toimintaympäristön kuvaaminen käsitellään omassa luvussaan.

Liiketoimintasuunnitelmassa esitetyt kokonaisuudet pohjautuvat aiemmin teoriassa käsiteltyihin kokonaisuuksiin.

Opinnäytetyön lopussa sen johtopäätöksissä pohditaan teorian ja produktin pohjalta liiketoiminnan aloittamisen mahdollisuutta. Lopuksi esitetään työn lopulliset johtopäätökset ja pohditaan omaa oppimisprosessia ja ammatillista kehittymistä opinnäytetyön tekemisen aikana sekä esitetään opinnäytetyölle mahdollisia jatkotutkimusmahdollisuuksia.

2.4 Aiemmat tutkimukset

Liiketoimintasuunnitelmia on tehty paljon eri aloille Suomen ammattikorkeakouluissa. Theseuksesta löytyy ”liiketoimintasuunnitelma”-hakusanaa käyttäen 2742 opinnäytetöitä, joista Karelia-ammattikorkeakoulussa on tehty 84. (Theseus 22.11.2019.) Liiketoimintasuunnitelma on hyvin yleinen tutkimuksen kohde vuosittain. Liiketoimintasuunnitelmien lisäksi opinnäytetöissä on tutkittu sivutoimista yrittäjyyttä ja yksinyrittämistä. Koira-alalle liiketoimintasuunnitelmia on tehty lähinnä koirahoitoloihin ja on tutkittu trimmausalan hintatasoa ja kuluttajien maksuvalmiutta palvelulle, mutta liiketoimintasuunnitelmaa koirien trimmaus- ja turkinhoitopalveluita tuottavalle yritykselle ei ole toteutettu aiemmin.

Kauppilan opinnäytetyö vuodelta 2019 ”Yrityksen perustamisopas sivutoimiselle yksinyrittäjälle” kiinnittää erityisesti huomiota sivutoimisen yrittämisen vaikutukseen yrittäjän päätoimiseen toimeentuloon. Tutkimuksessa on huomioitu sen kirjoittamishetkellä voimassa oleva lainsäädäntö. Opinnäytetyön lopputuloksena on syntynyt käytännönläheinen ja helppolukuinen pikaopas sivutoimiseen yrittämiseen, joka opastaa yrityksen perustamisen pääkohdissa sivutoimisen yksinyrittäjän näkökulmasta. Opas sisältää kuvaukset toiminnan suunnittelusta, yksinyrittäjän yritysmuodon valinnasta, perustamistoimenpiteet ja muita huomioitavia asioita sivutoimisessa yrittämisessä. (Kauppila 2019.)

Löyskä ja Nurmi ovat opinnäytetyössään ”Aloittavan pienyrityksen tulos- ja rahoitus suunnittelu” vuonna 2015 tutkineet aloittavan pienyrityksen rahoitustarpeita ja suunnitelleet yrityksen tuloksen muodostumista kahden ensimmäisen tilikauden aikana. Työssä on

hyödynnetty erilaisia laskelmia, kuten käyttöpääoma- ja myyntikatetarvelaskelmia. Työn tavoitteena on löytää vastaukset tulos- ja rahoitussuunnittelun ongelmiin sekä arvioida aloittavan pienyrityksen liiketoimintasuunnitelman kannattavuutta naisten vaatteiden vähittäiskaupan toimialalla. Opinnäytetyössä on esitetty selkein laskelmin aloittavan yrityksen rahoituksen tarve ja tulossuunnitelma, joiden pohjalta kannattavuutta on arvioitu. Lisäksi työssä on toteutettu kyselytutkimus, joka on kohdennettu muille alan pienyrittäjille. Kyselyn tarkoituksena on ollut saada nimenomaan informaatiota alalla kohdattavista haasteista. (Löyskä & Nurmi 2015.)

Satopään opinnäytetyö (YAMK) vuodelta 2013 ”Koira-alan markkinat ja koiranomistajien ostokäyttäytyminen Suomessa” sisältää koira-alan markkinakartoituksen, joka antaa käsityksen koira-alan liiketoiminnasta Suomessa. Opinnäytetyössä tarkastellaan koira-alan kuluttajia ja selvitetään koiranomistajien suhtautumisen, tunteiden ja aktiivisuuden vaikutusta kulutukseen. Aineistoa tutkimukseen on kerätty koiranomistajille kohdennettujen kyselyiden ja haastatteluiden avulla, teoreettinen pohja tutkimukselle on rakennettu tunneperäisen kuluttamisen ja ostokäyttäytymisprosesseihin pohjautuvista tutkimuksista. Tutkimuksen avulla Satopää on erotellut neljä erilaista koiraomistajatyyppeä, joiden ostokäyttäytyminen eroaa toisistaan. Satopään erottelemat neljä eri koiraomistajatyyppeä ovat 1) pienen koiran omistaja, jolle koira on enemmän kuin lemmikki 2) usean lemmikin omistaja, jolle koira on yksi lemmikki muiden joukossa 3) aktiiviharrastaja, jolle koira on ensisijaisesti kilpailuväline ja 4) aktiiviharrastaja ja metsästäjä, jolle koira on työväline. (Satopää 2013.)

Anttilan ja Merven opinnäytetyö vuodelta 2015 ”Koirien hieronta- ja trimmauspalveluiden hinnoittelu” tarkastelee Etelä-Suomen koirahieronta- ja trimmauspalveluiden hinnoittelua ja hintatasoa sekä sitä, kuinka paljon ja miksi asiakkaat olisivat valmiita maksamaan palveluista. Opinnäytetyössä perehdytään hinnoittelun teoriaan sekä palvelun hinnoitteluun vaikuttaviin asioihin sekä koirahieronta- ja trimmauspalveluiden hintatasoon ja hinnoitteluun. Tutkimuksen toteuttamiseksi on käytetty kyselyitä ja teemahaastatteluita. Opinnäytetyön lopputuloksena on todettu, että hinnoittelu on yritykselle tärkeä strateginen päätös ja palvelun hinnoittelu on haastavaa. Tutkimuksen mukaan koirahieronta- ja trimmauspalveluiden oikean hintatason määrittäminen on haastavaa, koska yritysten hintatasoissa on paljon vaihteluita ja vastaajien maksuvalmiudessa merkittäviä eroavaisuuksia, lisäksi trimmauspalveluiden tarkkaa hintaa ei voi etukäteen aina määrittää,

vaan sen lopullinen hinta määrittyy vasta trimmauksen jälkeen. (Anttila & Merve 2015, 31, 57)

3 Opinnäytetyön tutkimusmenetelmät

Opinnäytetyö on luonteeltaan kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, johon on sisällytetty myös toiminnallinen osuus. Toiminnallisen osuuden lopputuotoksena eli produktina syntyy valmis liiketoimintasuunnitelma koirien trimmaus- ja turkinhoitopalveluita tarjoavalle yritykselle. Laadullisen tutkimuksen lähtökohtana on kuvata todellista elämää. Tyyppillisimpiä piirteitä laadulliselle tutkimukselle ovat sen kokonaisvaltaisuus, ihmisen suosiminen tiedonkeruun instrumenttina, kohdejoukon valitseminen tarkoituksenmukaisesti sekä tapausten käsittely ainutlaatuisina. (Hirsjärvi ym. 2009, 160-164.) Tutkimusmenetelmänä käytetään kirjoituspöytä tutkimusta. Tutkimuskysymyksiin pyritään löytämään vastaukset tutustumalla alan kirjallisuuteen ja sähköisesti saatavilla olevaan materiaaliin. Kirjoituspöytä tutkimus on teoreettista tutkimusta, jossa hyödynnetään jo valmiina olemassa olevaa tietomateriaalia ja sen tavoitteena on saada vastaus tutkimusongelmaan. (Heikkilä 2008, 13.) Empiirisen tutkimuksen osalta tutkimusmenetelmänä käytetään kirjoittajan havainnointia perustettavan yrityksen toimintaympäristöstä ja yritysneuvojan kanssa käytyjä keskusteluja yrityksen perustamisesta.

Produktin sisällön teoriapohjaa tutkitaan alan ajantasaisen kirjallisuuden pohjalta sekä internetlähteitä hyödyntäen. Kirjallisuuden hyödyntämisen tarkoituksena on perehdyttää opinnäytetyön tekijä aiheen teoriaan ja keskeisiin käsitteisiin, joita liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä ja yrityksen perustamisessa tarvitaan. Kun aihealueen teoriapohja ja käsitteet ovat hallinnassa, voidaan ne yhdistää käytännön työhön eli laatia tutkimuksen toiminnallinen osuus eli produkti. Opinnäytetyön produkti on kirjoittajalle itselleen laadittu liiketoimintasuunnitelma. Teoriaosuuden kirjallisuuden valinnassa on kiinnitetty huomiota niiden käsittelemiin aihealueisiin. Teoriatietoa on haluttu kerätä liiketoiminnan suunnittelusta, yrityksen toiminnasta ja yrityksen taloudellisista resursseista, koska yritystoiminta käsittää nämä kaikki aihealueet. Toimintaympäristön analysoinnin avuksi kirjallisuutta on kerätty myös yrityksen markkinointia käsittelevästä kirjallisuudesta.

Lähdeaineiston valinnassa on käytetty tarkkaa harkintaa ja arvioitu lähteitä kriittisesti. Sähköisessä muodossa olevien lähdemateriaalien valinnassa on pyritty mahdollisuuksien mukaan käyttämään ensisijaisesti tieteellisiä artikkeleita. Yhteiskunnallisten toimintojen seurauksena sekä yritysten ja yhteisöjen toimesta kootaan ja julkaistaan tilastoaineistoa vuosittain. Suomen suurin ja tärkein tilastojen tuottaja on Tilastokeskus, jota ylläpitää valtio. Tilastokeskus kerää ja ylläpitää yhteiskuntaa kuvaavia tilastoja ja tekee tutkimus-, selvitys- ja kehitystyötä. Tilastokeskuksen tuottamat tilastot löytyvät internet-sivustolta (www.stat.fi), mistä käyttäjä voi hakea tietoa. (Karjalainen 2010, 28.) Opinnäytetyön yhtenä aineistolähteenä on käytetty Tilastokeskuksen valmiita tilastoja ja kuluttajatutkimuksia selvitettäessä lemmikkien vaikutusta ihmisten ostokäyttäytymiseen.

Liiketoimintasuunnitelman ja laskelmien tekemisen pohjina on alun perin käytetty valmiita Yritystulkin pohjia, jotka löytyvät Yritystulkin sivuilta (Yritystulkki 2019). Liiketoimintasuunnitelman ja yrityksen laskelmien tekemisessä on hyödynnetty Keski-Karjalan Kehitysyhtiö Oy:n (myöhemmin KETI) tarjoamia yritysneuvonnan palveluita. Yritysneuvojan kanssa on pidetty yhteensä kolme tapaamista, joiden tarkoituksena on ollut työstää liiketoimintasuunnitelmaa ja laskelmia lopulliseen ja toteuttamiskelpoiseen muotoon. Liiketoimintasuunnitelman ja laskelmien tekemiseen hyödynnettyjen valmiiden pohjien tarkoituksena on, että ne ovat yrityksen sidosryhmille, kuten rahoittajille, valmiiksi kelpaavassa muodossa.

Tapaamiset yritysneuvojan kanssa ovat keskustelunomaisia ja vuorovaikutuksellisia tapaamisia. Jokaisella tapaamisella on oma aihealueensa, joita käydään yhdessä läpi keskustellen. Tapaamisista on pidetty päiväkirjamuotoista muistiota. Yritysneuvoja on ollut suuri apu liiketoimintasuunnitelman laatimisessa, koska hänellä on kokemuksensa kautta kokonaisvaltainen näkemys eri liiketoimintojen osalta, sekä ulkopuolisen silmin hän on tuonut uusia näkökulmia liiketoimintasuunnitelmaan, joita kirjoittaja ei välttämättä olisi itse huomannut huomioda. Tapaamiset ovat antaneet uusia näkökulmia, joita kirjoittajan on pohdittava ja selvitettävä oman liiketoiminnan näkökulmasta.

Rahoitustarvelaskelman tekemisessä on huomioitu liiketoiminnan aloittamiseen tarvittavien tarvikehankintojen hinnat sekä toimitilan muutostöiden osuus. Tarvikkeiden hintojen selvittämiseen on käytetty internetistä löytyviä hintatietoja. Koiramessuilla käymisen tarkoituksena on tutustua trimmausvälineisiin ja löytää trimmaajalle sopivia tarvikkeita.

Trimmaaja tekee käsityötä, joten käyttäjälle sopivat välineet ovat välttämättömät työn mielekkyyden kannalta. Toimitila sijaitsee yrittäjän kotona ja siihen tarvittavien pienten muutostöiden tekeminen onnistuu näppärältä yrittäjältä ja hänen puolisoiltaan, joten ainoastaan tarvikkeiden hintojen selvittäminen on olennaista. Tulossuunnitelman rakentamisessa tutkitaan yrittäjän omakotitalon kustannuksia hyödyntäen yritystoiminnan toimitilojen kustannuksia, kuten sähkön ja veden synnyttämiä kustannuksia. Vakuutusten osalta vakuutusyhtiöltä pyydetään tarjous yritystoiminnan vakuuttamiseksi.

Koiran aseman muutosta yhteiskunnassa ja sitä kautta koiranomistajien kulutustottumuksia tutkitaan internetistä löytyvien artikkeleiden ja tutkimustilastojen perusteella, etenkin Tilastokeskuksen tekemiä tilastoja hyödynnetään. Koiramäärien kasvua ja trimmattavien rotujen määrää ja suosiota tutkitaan Suomen Kennelliiton tekemien tutkimusten pohjalta ja hyödynnetään sen ylläpitämää koirien jalostustietokantaa, jonka avulla selviävät kaikki Suomeen rekisteröidyt koirat.

Tutkimuseettisesti tutkimuksen tekemisessä on kyse sen peruskysymyksestä, mikä on oikein ja mikä väärin. Tutkimusta tehdessä tiedon hankintaan ja julkaisemiseen liittyvien tutkimuseettisten periaatteiden noudattaminen on tutkijan vastuulla. Hyvän tieteellisen käytännön noudattaminen takaa, että tutkimus on eettisesti hyväksyttävä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 23.) Tutkimus noudattaa hyvää tieteellistä käytäntöä, jos siinä noudatetaan rehellisyyttä, yleistä huolellisuutta ja tarkkuutta tutkimustyössä, tulosten tallentamisessa ja esittämisessä sekä tulosten arvioinnissa. Lisäksi tutkimus tulee suunnitella ja toteuttaa sekä siitä raportoida tieteelliselle tiedolle asetettujen vaatimusten mukaisesti. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012, 6-7.) Opinnäytetyö täyttää eettisyydeltään ja luotettavuudeltaan hyvän tieteellisen käytännön ohjeistuksen.

4 Yrittäjäyys

Yrittäjäksi aikovalla on oltava oma halu ja tahto toteuttaa omaa liikeideaansa, mikä on yritystoiminnan menestymisen perusedellytys. Rohkeus, riskinotto-kyky, yhteistyökyky, sitkeys, paineensietokyky ja vahva usko omaan yritysideaansa ovat ominaisuuksia, jotka auttavat yrittäjää eteenpäin. (Yrittäjät 2020a.) Kun yrittäjät tarttuvat ympäriltä löytyviin

mahdollisuuksiin sekä tuotekehittelyn ja innovaatioiden kautta uskaltavat tehdä uusia investointeja, eli laajentaa toimintaansa, syntyy uutta liiketoimintaa. (Raatikainen 2011, 16.)

Yrittäjyyden on huomattu myös periytyvät vahvasti, sillä yli neljällä viidestä yrittäjästä on joko omassa perheessään tai lähipiirissään yrittäjiä. Yrittäjäperheissä kasvaneet lapset kokevat usein yrittämisen luonnollisena vaihtoehtona omalle uralleen. Suomalaisia suuria perheyriä edustavat muun muassa Kone ja Fazer-konserni. (Viitala & Jylhä 2013, 29.)

Itsensä työllistäminen yrittäjyyden kautta alettiin nähdä varteenotettava vaihtoehtona Suomessa erityisesti 1990-luvun alun laman jälkeen, kun muut vaihtoehdot olivat vähissä. Teollisuuden rakennemuutokset ja IT-teknologian kehittyminen ovat aikanaan antaneet merkittävän paljon uusia liiketoimintamahdollisuuksia, joihin uudenlaiset osaajat ja innovatiiviset toimijat ovat tarttuneet. Nykyisin yrittäjyys on houkutteleva, välttämätön tai jopa luonnollinen vaihtoehto monelle. Yrittäjyyden taloutta pyörittävä voima on merkittävä, jota voidaan mitata esimerkiksi bruttokansantuotteen eli BKT:n avulla. Talouden numeeriset mittarit ovat eri maissa samat, mikä mahdollistaa niiden vertailun. BKT (gross domestic product) kertoo vuoden aikana tuotettujen, markkinoilla myytyjen tai julkisen sektorin tarjoamien tavaroiden ja palvelujen kokonaisarvon, eli lasketaan yhteen kaikki taloudellinen toiminta, mistä maksetaan palkkaa tai saadaan myyntituloja. Mitä korkeampi BKT asukasta kohden on, sitä vauraampi yhteiskunta. Suomessa pk-yritykset vastaavat yli puolesta koko maamme yritystoiminnan synnyttämästä BKT:sta, joten niiden merkitys on Suomen taloudessa suuri. (Viitala & Jylhä 2013, 16-17.)

4.1 Yrittäjyyden ulottuvuuksia

Yrittäjyyttä esiintyy monella eri tasolla yhteiskunnassa, ei ainoastaan yrityksen perustamisen kautta, vaan laajemmin työntekijöiden yrittäjämäisenä asenteena tai selkeänä oman elämän hallintana yksityiselämässä. Yrittäjyys voidaan jakaa kolmeen eri muotoon: sisäiseen, ulkoiseen ja omaehtoiseen yrittäjyyteen, sillä yrittäjyys ei tarkoita pelkästään uusien yritysten perustamista ja liiketoimintaa. Yrittäjyys on myös ajattelu- ja toimintatapa. Si-

säinen yrittäjyys tarkoittaa yrittäjämäistä toimintatapaa, jossa henkilökunta on motivoitunut ja halukas kehittämään toimintaansa. Sisäisen yrittäjyyden ominaispiirre on innovatiivinen toiminta, jossa yksilön merkitys korostuu työyhteisössä. Ulkoinen yrittäjyys mielletään yrityksen omistamiseksi eli sen tunnusmerkki on oma itsenäinen yritys. Ulkoisten yrittäjien muodostama ryhmä on yhteiskunnassa tärkeä osa työllistävän vaikutuksensa takia. Omaehtoinen yrittäjyys on yksilön oma kehityskertomus ja toimintatapa, jonka avulla yksilö rakentaa itse oman tulevaisuutensa, ja johon yksilö on itse pystynyt vaikuttamaan. (Raatikainen 2011, 16-19.)

Yrityksellä mielletään olevan ”yrittäjän kasvot”, kun yrityksen omistaja on itse mukana yrityksen toiminnassa. Yrittäjyydestä harvoin puhutaan, kun kyseessä on iso ja monikanallinen yhtiö, jonka johto ja omistus ovat eriytyneet toisistaan ja omistus on hajautunut laajalle sijoittajajoukolle. Yrittäjyys siis yhdistetään enemmän pienimuotoiseen yritystoimintaan. Yrittäjä on henkilö, joka voi käyttää yrityksessä omistajan valtaa ja kantaa myös sen vastuun. Tuotannon muutokset ja sen verkottuneisuus ovat hämärtäneet palkkatyön ja yritystoiminnan välisiä rajoja, ja sen vuoksi yhä useammat toimivat niiden välimaastossa osa-aikayrittäjinä esimerkiksi freelancereina tarjoten ammattitaitoista työpanostaan useammalle työnantajalle samaan aikaan. Yksinyrittäminen on hyvin yleistä Suomessa ja se on usein yritystoiminnan alkuvaihe, josta yritys voi kasvaa ja laajentua. Sarjayrittäjäksi kutsutaan yrittäjää, joka perustaa yrityksen, kasvattaa sen toimintaa ja lopulta myy yrityksen, ja tekee saman aina uudelleen. Sarjayrittäjällä on halu keskittyä uuden luomiseen. Jos yrittäjä jää enemmistö- tai vähemmistöosakkaaksi entiseen yritykseensä, on hän myös portfolioryrittäjä. Franchising- eli ketjuyrittäjyys perustuu kahden itsenäisen yrityksen väliseen sopimukseen, jossa saadaan korvausta vastaan käyttöön valmiiksi kehitetty tuote tai palvelu ja liiketoimintamalli eli konsepti. Sopimuksen tekevät franchisingin antaja ja franchising-yrittäjä. Perheyrietykset ovat Suomessa vahva yritystoiminnan ryhmä. Perheyritys on omistukseltaan ja johtamiseltaan yhden perheen määräysvallassa oleva liiketoiminnallinen kokonaisuus. Perheyritysten vahvuutena on nopea päätöksenteko ja sitoutuneisuus yritykseen. (Viitala & Jylhä 2013, 27-29.)

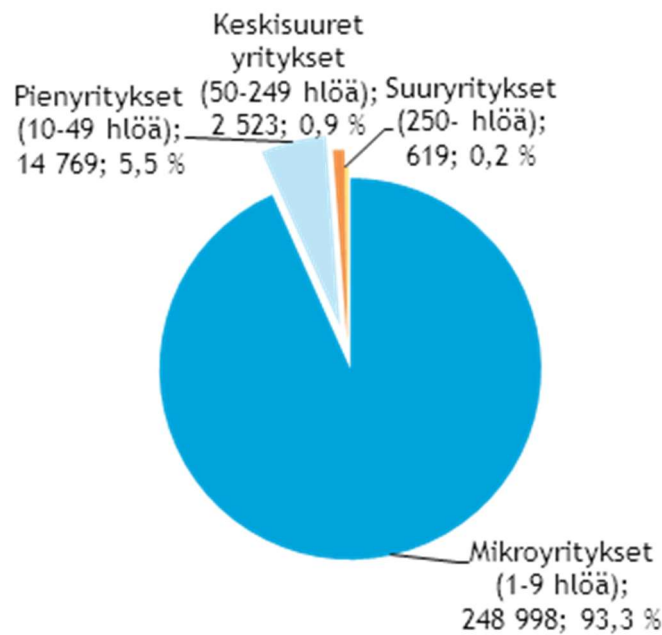
Suomessa toimivien suuresta yksinyrittäjien määrästä osan yrittäjyys on sivutoimista. Sivutoiminen yrittäjyys on sellaista yritystoimintaa, jossa yrittäjä ansaitsee pääosin toimeentulonsa muutoin kuin yrittäjänä, näistä yrittäjistä suurin osa työskentelee palkansantajina ja osalle heistä sivutoiminen yrittäjyys voi toimia väylänä päätoimiseen yrittäjyyteen.

Sivutoimisia yrityksiä Suomessa on eniten koulutuksessa ja henkilöpalvelualoilla. (Raatikainen 2011, 12-13.) Sivutoiminen yrittäjyys mahdollistaa liikeidean testaamisen tai lisätulojen hankkimisen palkkatulojen rinnalla. Jos sivutoiminen yrittäjä toimii kunnallisessa virassa, on hän velvollinen hakemaan sivutoimilupaa, jos sivutoimeen joutuu käyttämään työaika. Jos työaika ei sivutoimen hoitamiseksi tarvitse käyttää, on työnantajalle tehtävä sivutoimi-ilmoitus. Työsopimuslain perusteella työntekijällä ei puolestaan ole samanlaista velvollisuutta sivutoimistaan ilmoittamiseen. Lähtökohta on se, että työntekijällä on oikeus vapaa-ajallaan harjoittaa toista työtä. Työsopimuslaki kuitenkin kieltää työsuhteen aikana harjoittamasta sellaista toimintaa, joka voisi vahingoittaa työnantajaa, esimerkiksi kilpailevan toiminnan harjoittaminen. (Asiatieto Oy 2014, 162-163.)

4.2 Yrittäjyys Suomessa

Yrittäjien määrä Suomessa on pysynyt viimeisen parin kymmenen vuoden ajan noin 300 000 yrittäjässä. Yrittäjien osuus kaikista työllisistä on myös pysynyt samana aikana noin 13 %:n tuntumassa. Kokonaistyöllisyyden kannalta yrittäjyyden muutokset eivät ole olleet suuria, vaan yrittäjyyden muutokset ovat nähtävissä yrittäjyysrakenteessa. Suurin muutos yrittäjyysrakenteessa on tapahtunut maatalousyrittäjien ja yksinyrittäjien osalta, kun maatalousyrittäjien osuus on pudonnut lähes puoleen kahdessakymmenessä vuodessa. Sen sijaan yksinyrittäjien määrä on noussut lähes trendinomaisesti tänä aikana, kun vuonna 1997 heitä oli noin 120 000 ja määrä on noussut vuoteen 2017 mennessä 171 000:een. Suomi on kuitenkin edelleen palkansaajayhteiskunta, kun vuonna 2017 63,5 % työllisistä työskenteli palkansaajina. (Tilastokeskus 2018b.)

Yritykset voidaan jakaa niiden koon mukaan eri luokkiin. Kirjanpitolainsäädännön mukaan koko luokkia on neljä: liikkeen ja ammatinharjoittajat (yksinyrittäjät), mikroyritys, pienyritys ja suuryritys. Henkilöstön määrän perusteella mikroyrityksissä työskentelee keskimäärin 10 henkilöä, pienyrityksissä 50 henkilöä ja suuryrityksissä 250 henkilöä. Henkilöstömäärän tarkastelujaksona on yrityksen tilikausi. Yrityksen kokoluokitus vaikuttaa muun muassa siihen, millaisia taloustietoja yrityksen on tuotettava. Suomen, niin kuin koko Euroopan, yritys rakenne koostuu suurimmilta osin pien- ja mikroyrityksistä. (Opinahjo 2016.) Kuviosta 1 nähdään Suomen yritysten jakautuminen henkilöstön määrän perusteella.



Kuvio 1. Yritysten määrä kokoluokittain 2012. (Tilastokeskus 2012, Yritysrekisteri.)

Kuviossa on tarkastelussa Suomessa toimivat 266 909 yritystä vuonna 2012, yritysmäärässä ei ole huomioitu maa-, metsä- ja kalataloutta. Suomessa alle 10 henkilöä työllistäviä yrityksiä on selkeästi suurin osa, jopa 93,3 prosenttia. Henkilöstömäärältään Suomen yritykset ovat pieniä, suurten yritysten määrän ollessa minimaalisen pieni, vain 0,2 prosenttia.

Suurten yritysten merkittävyyttä korostaa niiden työllistämisen ja tuotannon lisäksi se, että ne tuottavat liiketoimintaa myös monille pienille yrityksille alihankinnan kautta. Pienet ja keski-suuret yritykset ovat puolestaan synnyttäneet 2000-luvulla uusia työpaikkoja merkittävästi. Pienten ja suurten yritysten keskinäinen riippuvuus on merkittävää. Moniin kilpailijamaihin verrattuna Suomen talouden ja yritysten vahvuudet ovat melko kapealla pohjalla, mikä korostuu erityisesti viennissä. Yritysten kasvua ja menestyksen edellytyksiä kansainvälisillä markkinoilla tulee edistää. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2018, 21-22.)

Vuoden 2015 GEM-tutkimuksen (Global Entrepreneurship Monitor) mukaan Suomessa yrittäjyyspotentiaali on korkealla tasolla, sillä lähes puolet aikuisväestöstä tunnistaa hyviä liiketoimintamahdollisuuksia ympäristössään. Vuoden 2016 tutkimuksen mukaan noin 40 prosenttia aikuisväestöstä piti yrittäjyyttä hyvänä uravaihtoehtona, mutta vain 37 prosenttia aikuisväestöstä kokee, että heillä on tarvittavia taitoja yrityksen perustamiseen. Miehet kokevat valmiudet keskimäärin naisia paremmiksi. Epäonnistumisen pelko, mikä

koetaan yrittäjyyden esteenä, on Suomessa muita EU-maita pienempi. Tutkimuksen perusteella suomalaisen aikuisväestön yrittäjyysaktiivisuus on kuitenkin vaatimatonta, vaikka asenteet ja aikomukset yrittäjyyttä kohtaan ovat myönteisiä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2018, 24.)

5 Liiketoimintasuunnitelma

Liiketoimintasuunnitelma (business plan) on kirjallinen kuvaus yrityksen toiminnasta, jonka avulla pystytään kehittämään ja arvioimaan yritysideaa sekä yritystoiminnan alkuvaiheessa että sen toteutuksessa (Raatikainen 2011, 42.). Hyvä liiketoimintasuunnitelma sisältää tulevan liiketoiminnan mahdollisuuksien ja odotettavien uhkien esittämisen sekä yrittäjän näkemyksen siitä, kuinka tulevaisuudessa kilpailijat päihitetään ja luodaan asiakkaille lisäarvoa. Liiketoimintasuunnitelmassa ei usein ole tärkeää monisivuinen tuotos vaan sen tekemisen aikana kuljettu matka. Matka on ikään kuin oppimisprosessi, jonka aikana yrityksen perustaja suunnittelee ja miettii kriittisesti yrityksen tulevaisuuden tekijöitä. (Hesso 2015, 10, 24.)

Liiketoimintasuunnitelma sisältää kuvauksen yrityksen liikeideasta, päämääristä ja tavoitteista sekä strategioista, joiden avulla tavoitteet pyritään saavuttamaan. Liiketoimintasuunnitelman on tarkoitus osoittaa yrityksen tuotteen tai palvelun todellinen liiketoimintamahdollisuus. Suunnitelma sisältää jäsennellyn kuvauksen yrityksen markkinoista, myyntimahdollisuuksista, toiminnasta ja toimintaperiaatteista sekä käytettävistä voimavaroista ja niiden kartuttamisesta. Liiketoimintasuunnitelman avulla selvitetään, ketkä ovat yrityksen asiakkaita ja millaista heidän ostokäyttäytymisensä on. Yrityksen toimialan kilpailutilanteen selvittämiseksi on otettava selvää kilpailijoista ja niiden vahvuuksista ja heikkouksista sekä kuvattava, kuinka yritys erottuu kilpailijoistaan. (Viitala & Jylhä 2013, 50-51.)

Perinteisen liiketoimintasuunnitelmamallin sijasta liiketoimintasuunnitelman voi toteuttaa Business Model Canvasin (BMC) avulla. BMC on visuaalinen ja yksinkertainen työväline liiketoimintasuunnitelman toteuttamiseen sekä strateginen työkalu jo olemassa olevien liiketoimintamallien kehittämiseen. BMC rakentuu yhdeksästä eri

rakennuspalikasta: kumppanit, tuotantomalli, resurssit, tuotteet ja palvelut, asiakassuhde, jakelukanavat, asiakassegmentti, kulurakenne ja tulon kertyminen. Kaikki tämä kuvataan yleisimmin kuvion 2 kaltaisessa taulukossa. Business Model Canvas siis sisältää saman informaation kuin perinteinen liiketoimintasuunnitelma, mutta sen ulkoasu on toteutettu visuaaliseksi perinteisen liiketoimintasuunnitelman käsikirjamaisen toteutuksen sijaan. (Onnistuyrittäjä.fi 2020.)

Ongelma	Ratkaisu	Uniikki arvolupaus	Etulyöntiasema	Asiakassegmentit
Olemassa-olevat vaihtoehdot	Avainmittarit	Korkeatasoinen konsepti	Kanavat	Ihanteelliset käyttäjäryhmät
Kulurakenne		Kassavirta		

Kuvio 2. Esimerkki Business Model Canvas-taulukosta. (OnnistuYrittäjänä.fi 2020.)

5.1 Liiketoimintasuunnitelman merkitys

Yritystoiminnan synnyn pohjana on idea, jolla voidaan ansaita rahaa. Yritysideasta kehittyy vähitellen liikeidea, jota yritystoiminnan aloittamisvaiheessa tulee analysoida liiketoimintasuunnitelma laatimalla. Liiketoimintasuunnitelma on tärkeä työkalu niin yrittäjälle itselleen kuin hänen sidosryhmilleen, esimerkiksi rahoittajille ja vakuutusyhtiöille, yrityksen perustamisvaiheesta lähtien, sillä sen avulla pystytään kehittämään ja arvioimaan liikeideaa. Yritystoiminnan alun jälkeen liiketoimintasuunnitelma toimii yrityksen keskeisenä työkaluna sen toimintojen kehittämisessä. (Raatikainen 2011, 38, 42.) Liiketoimintasuunnitelma tehdään ennen yritystoiminnan aloittamista ja suunnitellun toiminnan esittämistä yritysneuvojalle starttirahaa hakiessa, myös mahdolliset yritystoiminnan rahoittajat (pankki, Finnvera ja ELY-keskus) tarvitsevat yrityksen liiketoimintasuunnitelman laina- ja tukipäätöksiä tehdessään. (Asiatieto Oy 2014, 14.)

Erityisesti yritystoiminnan alussa liiketoimintasuunnitelma on tärkeässä osassa, kun osoitetaan perustettavan yrityksen tuotteen tai palvelun todellista liiketoimintamahdollisuutta.

Yrityksen ansaintalogiikan esittäminen on osa sen liiketoimintasuunnitelmaa, minkä avulla pohditaan yrityksen tuotteiden tai palveluiden kannattavuutta, asiakkaiden osto- ja kulutustottumuksia ja yrityksen rahaliikennettä. Yrityksen ansaintalogiikka on se periaate, jolla yritys aikoo tehdä tulosta. (Viitala & Jylhä 2013, 51.) Liiketoimintasuunnitelman tekemisen tarkoitus on valmistaa tekijäänsä mahdollisten muutosten ja haasteiden varalle. Hyvin tehdyn liiketoimintasuunnitelman, jossa on myös huolella tehty analyysit ja laskelmat, avulla rahoituksen ja mahdollisten yhteistyökumppaneitten saaminen on helppompaa. (Hesso 2015, 61.)

5.2 Yritys- ja liikeidea

Yritystoiminnan lähtökohtana on yritysidea, jonka pohjalta yritystoiminnan suunnittelu aloitetaan. Yritysidea täsmentyy liikeideaksi, kun sitä tarkastellaan suhteessa yrityksen toimialaan ja toimintaympäristöön, omien vahvuuksien ja heikkouksien pohjalta sekä ulkopuolisten uhkien ja mahdollisuuksien näkökulmasta. Kun yrityksen liikeidea on täsmentynyt, voidaan sille rakentaa toiminta-ajatus, visio, arvot, strategia ja tavoitteet. (Ali-koski, Hakonen & Viitasalo 2013, 30.) Yrityksen liikeidea ja muut edellä mainitut osat alueet kuvataan sen liiketoimintasuunnitelmassa.

Yrittäjän oivallusta yritysideaan voidaan kutsua markkinaraoksi eli havainnoksi siitä, ettei kukaan ole vielä huomannut tehdä kyseistä tuotetta tai palvelua tai toimia yritysidea-ansa mukaisella tavalla. Tällöin yrittäjälle syntyy peruste tarjontansa erilaistamiseen, mikä on menestymisen edellytys. Yritysidea on ryhmitelty eri ryhmiin, esimerkiksi taidot ideat perustuvat yrittäjän henkilökohtaiseen taitoon, jotka usein syntyvät yrittäjän harrastuksen kautta. Liikeidea määrittelee yrityksen oman ja erityisen tavan tehdä liiketoimintaa ja tulosta sekä se kuvaa yrityksen menestystekijöitä. (Viitala & Jylhä 2013, 40-42.)

Liikeidean on tarkoitus antaa yrityksen omalle organisaatiolle sekä sen kumppaneille ja sidosryhmille riittävän ytimekäs ja selkeä kuva siitä, missä liiketoiminnassa yritys haluaa toimia, miten se sen tekee tuloksellisesti ja kuinka yritys erottuu kilpailijoistaan. (PRH 2016.) Liikeidean määrittäminen on liiketoimintasuunnitelmien lähtökohta. Liikeidean määrittämisessä vastataan kolmeen kysymykseen: mitä, miten ja kenelle? Eli liikeideassa

kuvataan yrityksen tuottamat tuotteet tai palvelut (mitä?), kerrotaan logiikka, jolla yritys hankkii tuotteet tai palvelut (miten?) ja määrittellään sen asiakkaat (kenelle?). (Hesso 2015, 24-25.)

5.3 Visio, arvot ja strategia

Kun yritys haluaa saavuttaa jotain, on sillä oltava tavoite eli visio, mihin yritystoiminnalla pyritään. Yrityksen visio on avattava, jotta myös yrityksen sidosryhmät ovat tietoisia sen tavoitteista. Vision saavuttaminen vaatii hyvän strategian eli suunnitelman ja kovaa työtä. Yrityksen arvot toimivat ohjenuorana pyrittäessä kohti sen visiota, joiden noudattaminen on yritystoiminnan kannalta tärkeää. Visio siis kertoo yrityksen tavoitteen, ja arvot ovat pelisäännöt, joita noudattamalla strategia, eli suunnitelma, toteutetaan. (Hesso 2015, 27-28, 85.)

Arvot voidaan nähdä asenteita yleisimpinä ja pysyvämpinä ja niiden merkitystä voidaan kasvattaa asettamalla ne vastakkain jonkin muun arvon tai päämäärän kanssa (Pyykkö 2011, 79). Arvot ovat yritykselle kuin tienviittoja ja yhteisen toiminnan pelisääntöjä, jotka ohjaavat tekemistä kohti visiota. Arvojen kautta yritys voi synnyttää itselleen kilpailuvaltin yhdistämällä vastuuta korostavia arvoja ja käytännön ammattiosaamista. (Alikoski, Hakonen & Viitasalo 2013, 48).

Strategia vastaa kysymykseen, kuinka visio saavutetaan. Yrityksen kokonaisstrategia sisältää sen ulkoiset uhat ja mahdollisuudet sekä sen sisäiset kehittämisalueet ja vahvuudet. Liiketoimintasuunnitelmaa varten yritys tarvitsee lisäksi operatiivisia strategioita, kuten markkinointi- ja rahoitusstrategiat. (Pyykkö 2011, 225.) Liiketoimintasuunnitelman analyysien avulla luodaan pohja yrityksen kilpailuedun löytämiselle ja strategia yhdistää niiden lähteet suunnitelmaksi. Strategia on suunnitelma, joka sisältää kilpailuetua luovia tekijöitä, joiden avulla luodaan lisäarvoa asiakkaille. Strategia kertoo myös yrityksen tavan päihittää kilpailijansa. (Hesso 2015, 78-79, 85.)

Strategian luomisessa on tärkeää rajata yrityksen pelikenttä niin, että on olemassa selkeä kuvaus siitä, kenelle halutaan tarjota, mitä ja miksi eli minkälaisia oletettuja tai havaittuja tarpeita varten. Useimmiten tyypillinen ongelma yritysten kyvyssä tuottaa menestyviä

uusia tuotteita tai palveluita pohjautuu juuri huonosti ja väljästi määriteltyyn strategiaan. (Länsisalmi 2013, 20.)

”Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty.” Vanha viisaus pitää paikkansa. Selkeiden tavoitteiden määrittäminen sekä johdonmukainen ja pitkäjänteinen toimintatapa ovat menestyvän liiketoiminnan pohja. Tarkoin mietityt suunnitelmat ja niiden noudattaminen ohjaavat yrityksen toimintaa kohti sen päämäärien saavuttamista. Yrityksen tahtotilan muodostavat sen visio, missio, päämäärät ja arvot, jotka kertovat, millainen yritys haluaa olla. Nämä ohjaavat yrityksen kehitystä ja rakentavat sille imagon ja toimintakulttuurin, joiden suunnittelu ja kehittäminen on tärkeää. Imago on mielikuva, joka sidosryhmillä ja ympäristöllä yrityksestä on, toimintakulttuuria voidaan puolestaan kuvata yrityksen tapana työskennellä ja hoitaa asioita. (Mäenpää 2015, 127-128.)

5.4 Yhtiömuodon valinta

Yritystoimintaa aloittaessa on tarkkaan mietittävä, mikä yritysmuoto on yritystoiminnalle tarkoituksenmukaisin. Yritysmuodon valintaan vaikuttavat muun muassa perustajien lukumäärä, pääoman tarve, vastuukysymykset, voitonjako ja verotus. (Tuomi-Sorjonen & Kosonen 2015, 9.) Suomessa on mahdollista valita yritysmuoto useista vaihtoehdoista. Yritysmuodot jaetaan kahteen pääryhmään: henkilö- ja pääomayrityksiin. Henkilöyrityksiä ovat yksityinen elinkeinonharjoittaja eli toiminimi (Tmi), avoin yhtiö (Ay) ja kommandiittiyhtiö (Ky). Pääomayrityksiä puolestaan ovat osakeyhtiö (Oy) ja osuuskunta (Osk). Henkilö- ja pääomayritykset eroavat toisistaan yrittäjän vastuun osalta niin, että henkilöyhtiöissä yrittäjät vastaavat yhtiön veloista henkilökohtaisesti koko omaisuudellaan, kun pääomayhtiöissä yrittäjien vastuu rajoittuu heidän sijoittamaansa pääomaan. (Viitala & Jylhä 2013, 55.)

Toiminimi eli yksityinen elinkeinonharjoittaja sopii pienimuotoiseen yrittämiseen, jolloin yrittäjä on henkilökohtaisesti vastuussa kaikista yrityksen sitoumuksista. Osakeyhtiön voi perustaa yksin tai yhdessä yhtiökumppanin kanssa ja heinäkuusta 2019 lähtien ilman osakepääomaa. Osakeyhtiössä yrittäjiltä puuttuu henkilökohtainen vastuu yrityksen veloista, he ovat vastuussa ainoastaan omien yhtiöön sijoittamiensa varojen verran. Osakeyhtiö yhtiömuotona sopii sekä pienille että isoille yrityksille. Kommandiittiyhtiö on helpompi

perustaa kuin osakeyhtiö, mutta siihen tarvitaan vähintään kaksi yhtiömiestä, joista toinen on vastuunalainen ja toinen äänetön yhtiömies, jolta vaaditaan rahallista panostusta yhtiöön. Vastuunalaisen yhtiömiehen sijoitus yhtiöön on oma työpanos, mutta hän vastaa yhtiön veloista koko omaisuudellaan, kun äänettömän yhtiömiehen vastuu rajoittuu sijoittamaansa rahamäärään. Avoimessa yhtiössä on vähintään kaksi yhtiömiestä, joilla molemmilla on oikeus yhtiön asioiden hoitamiseen itsenäisesti. Yhtiön nimissä tehdyistä sitoumuksista vastataan yhteisvastuullisesti. Avoin ja kommandiittiyhtiö vaativat yhtiömiesten välistä luottamusta. (Yrittäjät 2020b.)

5.4.1 Toiminimi

Yritystoiminnan harjoittamiseen hallinnollisesti yksinkertaisin yritysmuoto on toiminimi, jonka voi perustaa luonnollinen henkilö, jonka asuinpaikka on Euroopan talousalueella, muut tarvitsevat Patentti- ja rekisterihallituksen (PRH) luvan. Toiminimen perustamiseksi ei tarvita pääomaa, mutta yksityinen elinkeinonharjoittaja vastaa yrityksensä nimissä tehdyistä sitoumuksista henkilökohtaisesti omaisuudellaan sekä yrittäjä edustaa yritystään itse. (Tuomi-Sorjonen & Kosonen 2015, 9; Asiatieto Oy 2014, 23.) Toiminimen perustamiseksi ja Y-tunnuksen saamiseksi tarvitsee ainoastaan tehdä ennen yritystoiminnan aloittamista perustamisilmoitus kaupparekisteriin ja Verohallintoon, joten se on helppoa ja sähköisesti tehtynä nopeaa. Toiminimiyritys pitää ilmoittaa kaupparekisteriin, jos joku seuraavista ehdoista täyttyy:

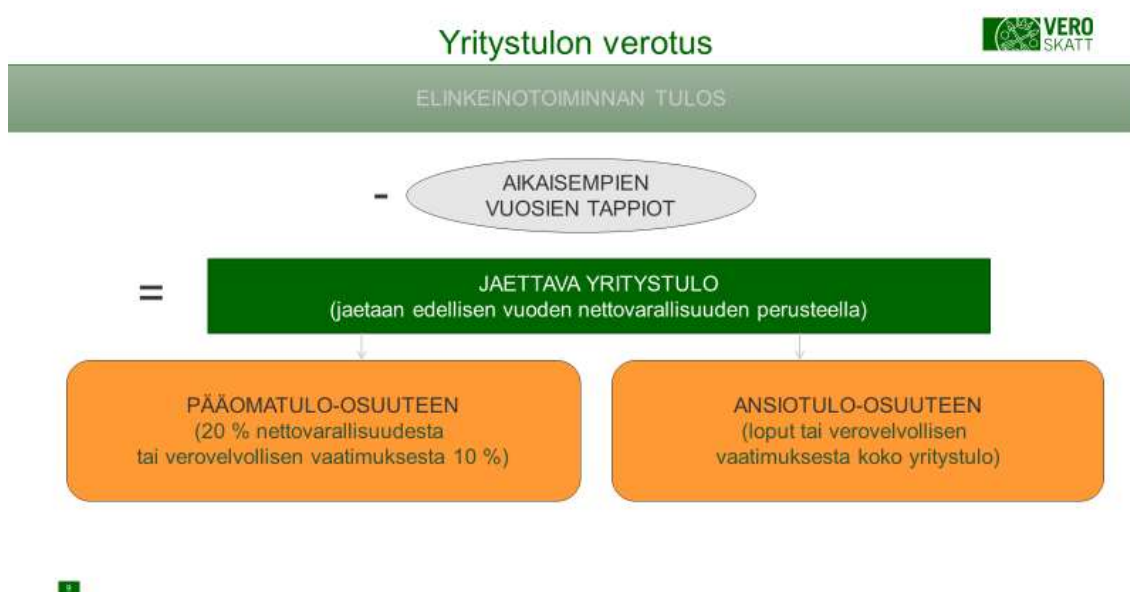
- harjoitettu toiminta on luvanvaraista
- toimintaan on erillinen liiketila
- yrittäjä aikoo palkata perheen ulkopuolista henkilökuntaa.

Muissa tapauksissa kaupparekisteriin ilmoittautuminen on vapaaehtoista, mutta suositeltavaa, jos elinkeinonharjoittaja haluaa esimerkiksi suojata toiminimensä. Verohallinnolle ilmoitus liiketoiminnasta on aina pakollinen. (Bisnes.fi 2018a; YTJ 2020.)

Toiminimellä yrittäjä ei voi maksaa itselleen, puolisolleen tai alle 15-vuotiaalle lapselleen palkkaa, vaan yksityistalouden puolella tarvittava raha otetaan yrityksestä yksityisottoina, jota kirjanpidossa seurataan omalla tilillä eikä niitä kirjata yrityksen kuluksi. Yksityisotot ovat verotuksen kannalta elinkeinotoiminnan tulosta, joista yrittäjä maksaa veroa. Toiminimiyrityksessä omistaja ei voi tehdä kauppvoja yrityksensä kanssa eikä vuokrata sille

omaisuuttaan, esimerkiksi yrittäjän omistamista liiketiloista, jotka ovat yritystoiminnan käytössä ei voida periä vuokraa. (Tuomi-Sorjonen & Kosonen 2015, 9-10; Verohallinto 2020.)

Toiminimen verotuksen pohjana on elinkeinotoiminnasta syntyneen yritystulon laskeminen, jota verotetaan yrittäjän henkilökohtaisessa verotuksessa. Yritystulo lasketaan elinkeinoverolain mukaisesti siten, että elinkeinotoiminnasta syntyneistä tuotoista vähennetään sen harjoittamisesta aiheutuneet kulut. Jos elinkeinotoiminta on aikaisempina vuosina ollut tappiollista, voidaan tuloksesta vähentää vähentämättömät tappiot, jolloin saadaan toiminimiyrittäjän yritystulo. Yritystulosta tehdään lisäksi 5 prosentin yrittäjävähennys, mikä on verovapaata tuloa, jonka jälkeen elinkeinotoiminnasta syntynyt yritystulo jaetaan yrittäjälle ansio- ja pääomatuloksi, kuten kuviosta 3 voidaan nähdä. (Bisnes.fi 2018b; MiniLex 2020.). Toiminimiyrittäjällä on mahdollisuus elinkeinotoimintansa tuloksen säätelyyn toimintavarausten avulla, jos yritys on maksanut ennakonpidätyksen alaisia palkkoja. Toimintavarausta voi käyttää tulossuunnittelun keinona, kun tilikauden tulos on hyvä ja yritys joutuisi ilman varausta maksamaan paljon veroja. Varausta voidaan myös purkaa yrityksen tuloksen parantamiseksi. Jos toiminimen yritysmuoto muutetaan osakeyhtiöksi, on toimintavaraus purettava kokonaan. (Tuomi-Sorjonen & Kosonen 2015, 144, 270-271; Tomperi 2009, 206.) Toiminimen yritystulon laskeminen perustuu sen kirjanpitoon.



Kuvio 3. Yksityisen elinkeinonharjoittajan yritystulon verotus (Verohallinto 2020).

Yritystulo jaetaan pääomatuloiksi ja ansiotuloiksi. Pääomatulo-osuus on 20 % yrityksen nettovarallisuudesta, joka lasketaan yritykseen kuuluvista elinkeinotoiminnan varoista vähentämällä elinkeinotoiminnan velat. Yrittäjä voi vaatia pääomatulon osuudeksi vain 10 % tai yritystulon verottamista kokonaan ansiotulona, jos se on yrittäjälle edullisempaa kuin 20 % pääomatulo-osuuden pohjalta verottaminen. Vaatimukset pääomatulo-osuuden muuttamisesta on tehtävä ennen verotuksen päättymistä. Pääomatuloista maksettavan veron määrä on 30 % 30 000 euroon asti, ja sen ylittävästä osuudesta 34 %. Ansiotulo-osuus lisätään yrittäjän muihin ansiotuloihin ja verotetaan progressiivisesti yrittäjän tuloveroprosentin mukaan. (Verohallinto 2020a.)

Nettovarallisuutta laskettaessa käytetään edellisen verovuoden nettovarallisuuden arvoa. Nettovarallisuuden laskemisessa otetaan huomioon vain elinkeinotoiminnan käytössä olevat varat, yksityistalouden varoja ei huomioida. Varoihin huomioidaan esimerkiksi varaston arvo, yritystoimintaa varten ostettu liiketila sekä koneet ja kalusto, lisäksi tilikauden lopun myyntisaamiset ja käteisvarat ovat yrityksen nettovarallisuutta, mutta pankkitalletukset eivät. Pankkitilin talletusten korosta maksetaan vero lähdeverona, jonka pankki perii, siten korkotuloja ei veroteta tuloverolain mukaisesti eikä siksi pankkitilin pääomaa huomioida nettovarallisuuslaskelmassa. (Verohallinto 2020c.)

Jos elinkeinotoiminnan käytössä on vain osittain yrittäjän omaisuutta, esimerkiksi auto tai asunto, ratkaisee elinkeinotoiminnan käytön osuus, kuuluuko omaisuus yrityksen vai yksityisiin varoihin. Jos elinkeinotoimintaan kuuluvan käytön osuus on yli 50 % kaikesta käytöstä, kuuluu omaisuus silloin elinkeinotoiminnan varoihin. Nettovarallisuuden laskemisessa varoista vähennetään vain elinkeinotoimintaan kuuluvat velat, yksityistalouden velkoja ei huomioida. Velkojen ollessa suuremmat kuin varallisuus, nettovarallisuutta elinkeinotoimintaan ei jää ja yritystulo verotetaan kokonaan ansiotulona. Negatiivista jäännöstä vastaava määrä veloista katsotaan yrittäjän käyttäneen yksityistaloutensa rahoittamiseen, joten kyseinen määrä ei ole nettovarallisuuden laskemisessa vähennettävää elinkeinotoiminnan velkaa. (Verohallinto 2020c.)

5.4.2 Osakeyhtiö

Osakeyhtiön voi perustaa yksi tai useampi luonnollinen henkilö tai oikeushenkilö, joille osakeyhtiölaki ei aseta asuin- tai kotipaikkavaatimuksia. Osakeyhtiö voi olla joko yksityinen (oy) tai julkinen (oyj) ja yhtiö on osakkeenomistajistaan erillinen oikeushenkilö, jonka toimintaa säätelee osakeyhtiölaki. Osakkeenomistajat eivät ole henkilökohtaisesti vastuussa osakeyhtiön velvoitteista, vaan vastaavat niistä ainoastaan yhtiöön sijoittamiensa varojen verran. Osakeyhtiötä perustettaessa laaditaan perustamissopimus ja yhtiöjärjestys, merkitään osakkeet sekä ilmoitetaan ja rekisteröidään yhtiö kaupparekisteriin. Osakeyhtiö on juridisesti syntynyt vasta kaupparekisteriin merkitsemisen jälkeen, ennen sitä yhtiön puolesta tehdyistä toimista vastaavat toimista päättäneet ja niihin osallistuneet yhteisvastuullisesti. Julkisessa osakeyhtiössä vähimmäisosakepääoma on 80 000 euroa, mutta yksityisessä osakeyhtiössä ei vähimmäisosakepääoman määrää enää ole. (Osakeyhtiölaki 2006/624; Asiatieto Oy 2014, 28, 41.)

Osakeyhtiön pakollinen toimielin on hallitus, joka huolehtii yhtiön hallinnosta ja sen toiminnan asianmukaisesta järjestämisestä sekä vastaa, että yhtiön kirjanpito ja varainhoito on järjestetty asianmukaisesti. Hallituksessa tulee olla yhdestä viiteen varsinaista jäsentä, jotka yhtiökokous valitsee. Jos hallitukseen kuuluu vähemmän kuin kolme jäsentä, on sillä oltava ainakin yksi varajäsen. Hallituksen kokoonpanosta voidaan kuitenkin yhtiöjärjestyksessä sopia toisin. Vähintään yhdellä hallituksen jäsenellä ja varajäsenellä on oltava asuinpaikka Euroopan talousalueella. Osakkeenomistajat käyttävät päätösvaltaansa yhtiökokouksessa, jossa yhtiötä koskevat päätökset tehdään äänienemmistöllä. Varsinainen yhtiökokous on pidettävä kuuden kuukauden kuluessa tilikauden päättymisestä. (Tuomi-Sorjonen & Kosonen 2015, 15-16; Asiatieto Oy 2014, 28, 41.)

Osakeyhtiö on itsenäinen verovelvollinen, jonka verotus ei vaikuta yksittäisen osakkaan verotukseen. Osakeyhtiön saama tulo verotetaan tuloveroprosentin 20 % mukaan. (Verohallinto 2020d.) Osakeyhtiöiden on mahdollista vuosittain jakaa virallisen tilinpäätöksen osoittama voitto, tai osa siitä, osinkoina omistajilleen heidän osakeomistuksensa suhteessa. Pitkällä aikavälillä tarkasteltuna yrityksen maksamat osingot muodostavat sen osinkopolitiikan. Osinkopolitiikalla siis tarkoitetaan yrityksen linjausta siitä, jaetaanko voittovarot osinkoina pois vai pidetäänkö ne yrityksessä tulevien investointien rahoittamiseksi. (Niskanen & Niskanen 2010, 11, 13, 146.)

Osakeyhtiössä yhtiön varojen saaminen osakkaan omaan käyttöön tapahtuu joko palkanmaksun tai osingonjaon kautta. Osakas voi tietyin ehdoin lainata rahaa osakeyhtiöstä, on kuitenkin huomioitava, että ennen verovuoden loppua lainan maksamaton osa verotetaan osakkaan pääomatulona. Osinko on siis yrityksen omistajilleen maksamaa voitto-osuutta, eli se on yksi keino nostaa rahaa yrityksestä ulos. Voitonjaosta päättää yhtiökokous. Osinkoa voidaan jakaa milloin tahansa, kun yhtiöllä on jaettavia voittovaroja, mutta yleisimmin osingonjako tapahtuu kerran vuodessa tilinpäätöksen valmistuttua, jolloin yhtiön tilikauden tulos ja jakokelpoisten varojen määrä ovat selvillä. Yhtiön jakokelpoisia varoja kutsutaan myös vapaaksi omaksi pääomaksi, joita on voinut kertyä myös aiemmilta tilikausilta. Osinkoa voidaan maksaa niin paljon kuin yhtiöllä on jakokelpoisia varoja, mutta sen maksuvalmius ei saa vaarantua liian korkeiden osinkojen takia. (Tuomi-Sorjonen & Kosonen 2015, 270; Accountor Go 2020.)

Osinkoverotusjärjestelmässä luonnollisen henkilön saamien osinkojen verotus riippuu, onko osingot saatu julkisesti noteeratusta yhtiöstä (pörssiyhtiö) vai yksityisestä yhtiöstä. Yksityishenkilön pörssiyhtiöltä saamista osingoista 15 prosenttia on verovapaata tuloa ja loput 85 prosenttia verotetaan pääomatulona. Pääomatulona verotettavista osingoista veroa menee 30 prosenttia 30 000 euroon asti ja sen ylittävältä osalta veroprosentti on 34. Osingon maksava pörssiyhtiö pidättää ja tilittää verottajalle ennakonpidätyksenä 25,5 prosenttia osingon kokonaismäärästä. Yksityisen osakeyhtiön maksaman osingon verotus määräytyy yhtiön osakkeille lasketun matemaattisen arvon perusteella. Osakkeen matemaattinen arvo lasketaan jakamalla yhtiön nettovarallisuus sen osakkeiden määrällä. Osingon osuus, joka vastaa enintään 8 prosenttia osakkeen matemaattisesta arvosta, verotetaan pääomatulona 25 prosenttia. Tällaisia osinkoja yksi henkilö voi saada enintään 150 000 euroa vuodessa, sen ylittävästä osingosta pääomatulona verotetaan 85 prosenttia. Osingon osuus, joka ylittää 8 prosenttia osakkeen matemaattisesta arvosta, verotetaan 75 prosenttia ansiotulona. Yksityinen osakeyhtiö pidättää ja tilittää verottajalle maksamastaan osingosta 7,5 prosentin ennakonpidätyksen 150 000 euroon asti ja sen ylittävästä osingon määrästä 28 prosenttia. Ansiotulo-osingot huomioidaan osingon saajan henkilökohtaisessa verotuksessa ja verotetaan yhdessä muiden ansiotulojen kanssa. (Veronmaksajat 2020b.)

Yrittäjän kannattaa miettiä, maksaako yhtiö varojaan ulos palkan, osingon vai niiden yhdistelmän muodossa niin, että se optimoi hänen verotuksensa. Verotuksellisesti edullisimman vaihtoehdon löytämiseen vaikuttavat osakkaan tarvitsema rahamäärä, nostettavissa olevat varat ja yrityksen nettovarallisuuden suuruus. Osakkaan ei ole välttämätöntä nostaa yrityksestään varoja, vaan niillä voi kerryttää varallisuutta yritykseen. Optimaalisen palkan ja osingon yhdistelmää voi alkaa puntaroimaan ansiotulon progressioverotuksen pohjalta. Jos osakkaan ansiotulojen verotusprosentti alkaa nousta hyvinkin korkealle, on varmaa, että pääomatulona verotettavat osinkotulot ovat edullisempi vaihtoehto. (Accountor Go 2020.)

Tulo € / V	Kaikki omaan taskuun	Verojen minimointi
0 – 25 000	Nostetaan palkkana, koska palkasta maksettava vero jää alle 26 %, jonka osingosta joutuu maksamaan, kun otetaan huomioon yhteisö- ja osinkovero.	Nostetaan palkkana, koska palkasta maksettava vero jää alle 20 %, jonka yritys joutuu maksamaan tuloksestaan
25 000 – 35 000	Nostetaan edelleen palkkana, koska palkasta maksettava vero jää alle 26 %, jonka osingosta joutuu maksamaan, kun otetaan huomioon yhteisö- ja osinkovero.	Jätetään 25 000 € ylittävät voitot nostamatta, koska palkan sekä osingon verotus nousee yli 20 %. Kerrytetään varallisuutta yhtiöön ja maksetaan vain yhteisöveroa.
35 000 – 185 000 €	Nostetaan palkkaa 35 000 € ja loput verohuojennettuna osinkona, jonka veroaste on enimmillään 26,4 %	
185 000 € – 250 000 €	Nostetaan verohuojennettua osinkoa 150 000 € ja loput palkkana, jonka verotusaste nousee progression vuoksi 43,1 %	
250 000 € –	Kuten edellä, mutta loput nostetaan pääomatulo-osinkona, jonka verotusaste on 43,1 %	

Kuvio 4. Palkan ja osingon suhde. (Accountor Go 2020.)

Osakkaalle maksettavan palkan määrässä voidaan erottaa kaksi eri ajatusmallia, ajatellaanko verotuksellisesti yhtiön vai osakkaan etua. Jos osakkaan etu on avainasemassa, silloin osakkaan kannattaa nostaa palkkaa noin 40 000 euroa vuodessa, eli ansiotulon tuloveron 26 prosenttiin asti ja loput osinkoina. Yhtiön etua puolestaan ajatellen osakkaan kannattaa nostaa enemmän palkkaa kuin osinkoa, koska yhtiön osakkaalleen maksama palkka on vähennyskelpoinen kulu, mutta osinko ei. Nostettujen palkkojen määrä siis vähentää yhtiön verotettavaa tulosta ja samalla maksettavaa yhteisöveroa. (Accountor Go 2020.)

Osakeyhtiössä osakas voi myydä tai vuokrata omaisuuttaan yhtiölle. Tämä nousee esille erityisesti silloin, kun yritykselle hankitaan toimitiloja. Toimitilojen hankinnan yhteydessä on syytä pohtia, että hankitaanko tilat yrityksen vai osakkaan omistukseen. Jos osakas omistaa toimitilat ja vuokraa ne yhtiölle, vuokratulot ovat osakkaalle pääomatuloa, josta hän voi vähentää tulon hankkimisesta koituneet menot, kuten yhtiövastikkeen. Yhtiölle toimitilojen vuokraamisesta syntyneet vuokramenot ovat vähennyskelpoisia kuluja ja ne pienentävät yhtiön verotettavaa tuloa. Vuokran määrän on vastattava käypää tasoa, ettei perittyä vuokraa katsota verotuksessa peiteltyksi osingoksi. (Tuomi-Sorjonen & Kosonen 2015, 271; Tomperi 2009, 209.)

6 Yritys toimintaympäristössään

Yrityksen perustamisvaiheessa tehtävien erilaisten analyysien tekeminen on tärkeä osa liiketoiminnan suunnittelua. Ulkoisella ympäristön analyysillä kartoitetaan yrityksen pelikentän tilanne toimintaympäristössään. Yrityksen sisäinen ympäristö on yritys itse ja sen sisäisen analyysin tarkoituksena on selvittää, kuinka se pystyy vastaamaan toimintaympäristönsä luomiin mahdollisuuksiin ja uhkiin. (Hesso 2015, 61-62.) Yrityksessä sen sisäisen tehokkuuden analyysien avulla selvitetään resurssit, jotka yrityksellä on käytettävissä. Näitä resursseja ovat muun muassa osaaminen, pääoma, toimitilat, koneet ja laitteet sekä suhdeverkosto. Toimintaympäristön analyysin tekeminen on myös keskeistä. Sen tarkoituksena on arvioida yrityksen markkinoita, kysyntää, kilpailua ja yleisiä yhteiskunnallisia makrotekijöitä. (Viitala & Jylhä 2013, 44.) Yritys toimii aina toimintaympäristössään, jossa sen kysyntä ja kilpailu ovat läsnä ja siten yritys on sidoksissa muuttuvaan toimintaympäristöönsä jatkuvasti (Alikoski, Hakonen & Viitasalo 2013, 34).

6.1 Yrityksen mikro- ja makroympäristö

Yrityksellä on sekä lähi- eli mikroympäristö, johon kuuluu potentiaaliset asiakkaat, yhteistyökumppanit ja kilpailijat, että laaja makroympäristö, joka tarkoittaa laajempia markkinoilla vallitsevia piirteitä, kuten taloudellisia ja teknisiä piirteitä. Yrityksen makroympäristöä analysoitaessa on syytä kiinnittää huomiota trendien vaikutukseen

toimintaympäristössä. Trendi on lyhyellä aikajänteellä tarkasteltu selkeä suuntaus tai muutoksen kaava. Niiden analysoinnin avulla yritys pystyy lisäämään tietoisuuttaan kulutuksesta ja ympäristön tilasta, mikä mahdollistaa muutokseen varautumisen. Yrityksen perustamisvaiheessa sen toimintaympäristöä koskevien analyysien tekeminen on osa liiketoiminnan suunnittelua. (Viitala & Jylhä 2013, 44, 48.) Yrityksiä ja yrittäjyyttä, sekä niiden kautta koko taloutta, muovaavia megatrendejä ovat muun muassa digitalisaatio ja kaupungistuminen (Työ- ja elinkeinoministeriö 2018, 25).

Yrityksen makroympäristön tekijät voidaan jakaa PESTEL-analyysin mukaan kuuteen eri tekijään: poliittiset (political), taloudelliset (economic), sosiaaliset (social), teknologiset (technological), ympäristölliset (environmental) ja lainsäädännölliset (legal) tekijät. PESTEL-analyysiä voidaan käyttää työkaluna makroympäristön tekijöiden analysoimiseen ja seurantaan, jotka vaikuttavat yritystoimintaan. Analyysin avulla on tarkoitus tunnistaa uhkia ja heikkouksia, joita käytetään myös SWOT-analyysissä. (Professional Academy 2020.)

Poliittisilla tekijöillä tarkoitetaan niitä poliittisia tekijöitä, joilla on vaikutusta yritysten liiketoimintaan, kuten veropolitiikka ja kaupan rajoitukset. Taloudellisilla tekijöillä on suuri vaikutus liiketoimintoihin ja niiden kannattavuuteen. Taloudelliset tekijät voidaan jakaa mikro- ja makrotaloudellisiin tekijöihin. Mikrotaloudelliset tekijät liittyvät ihmisten tapoihin käyttää tulojaan, joilla on suuri merkitys B2C-yrityksiin. Makrotaloudelliset tekijät liittyvät puolestaan kysynnän hallintaan tietyssä taloudessa. Näitä tekijöitä ovat muun muassa talouskasvu ja korot. Sosiaalisia tekijöitä voidaan kutsua myös sosiokulttuurisiksi tekijöiksi, joihin kuuluvat ihmisten yhteiset uskomukset ja asenteet. Sosiaalisilla tekijöillä on suora vaikutus siihen, kuinka asiakkaita ymmärretään ja mikä heidän kulutustaan ohjaa. Teknologian nopean kehittymisen myötä kehittyä uusia tapoja tuottaa tavaroita ja palveluita sekä kehittää jakelukanavia. Teknologian myötä myös kommunikointi kohdemarkkinoilla muuttuu ja kehittyä. Ympäristötekijät ovat nousseet suureen suosioon viime vuosien aikana. Liiketoiminnan eettinen ja kestävä harjoittaminen ovat kuluttajien vaatimuslistalla nykyisin korkealla. Oikeudelliset tekijät asettavat liiketoiminnalle raamit siitä, mikä liiketoiminnassa on laillista. (Professional Academy 2020.)

Yritysten toimintaympäristöjen nopea muutos viimeisten vuosien aikana on vaatinut muutosta myös yritysten osalta. Kansainvälisen kilpailun lisääntyminen ja pääomamarkkinoiden vapautuminen ovat tehneet yritysten toimintaympäristöistä entistä vaihtelevammat ja vaikeammin ennustettavat. Muutosten myötä yritysten on pitänyt miettiä uudelleen toimintastrategioitaan ja menestystekijöitään. Asiakassuuntautuneisuus ja laadun merkitys sisältyvät nykypäivänä jo melkein jokaisen yrityksen strategiaan menestystekijöihin. (Neilimo & Uusi-Rauva 2009, 12.)

Eettisten ja ekologisten tekijöiden huomioiminen ja arvostus yritysten toiminnassa ovat trendinomaisesti nousseet viime vuosina suureen suosioon ja huomion kohteiksi. Asiakkaat vaativat yritysten toiminnalta eettistä kestävyyttä, minkä mittareina pidetään esimerkiksi eläinkokeettomuutta, lapsityövoimasta kieltäytymistä ja ympäristöystävällisiä tuotantotapoja. Vaikka laki ja muut säädökset eivät ota tiukkaa kantaa näihin tekijöihin, niin eri sidosryhmät vaativat yrityksiltä ekologisesti kestävää toimintaa. (Viitala & Jylhä 2013, 48.) Yritysvastuulla (corporate responsibility) eli vastuullisella yritystoiminnalla tarkoitetaan erilaisia vapaaehtoisia toimia, joilla yritys toteuttaa yhteiskuntavastuutaan sidosryhmien odotusten perusteella. Yritysvastuun käsitettä käytetään paljon, kun yritykset suunnittelevat, kehittävät ja viestivät vastuullisuustoimistaan, jotka eivät ole laissa määrättyjä ja ovat vapaaehtoisia. Yrityksen ympäristövastuu käsittää yrityksen pyrkimyksen toimia ympäristön kannalta parhaalla mahdollisella tavalla. Yrityksillä on välitön vastuu aiheuttamistaan ympäristövaikutuksista ja vastuullinen yritys on selvillä toimintansa ympäristövaikutuksista. (Harmaala & Jallinoja 2012, 16-17, 22.)

6.2 SWOT-analyysi

SWOT-analyysin tarkoituksena on, että yrittäjä voi tarkastella nelikenttäanalyysin pohjalta yhtä aikaa sekä yrityksen ulkopuolisia voimia että sisäisiä tekijöitä. SWOT-analyysissä kuvataan yrityksen vahvuudet (strengths), heikkoudet (weaknesses), mahdollisuudet (opportunities) ja uhat (threats). Analyysi soveltuu yrityksen perustamisvaiheessa sen liikeidean muotoilemiseen, mutta myös jatkossa yrityksen jatkuvaan kehittämiseen. (Viitala & Jylhä 2013, 49.) SWOT-analyysissä yrityksessä olemassa olevat voimavarat ja yrityksen toimintaympäristön kehitys ja piirteet arvioidaan ja asiat kirjataan nelikenttään (kuvio 5.).

	Ympäristön uhat	Ympäristön mahdollisuudet
Sisäiset vahvuudet	Toimenpiteet, joilla yrityksen vahvuutta käytetään hyväksi uhan vähentämiseksi (defensiivinen strategia) "torjuntavoitto"	Toimenpiteet, joilla yrityksen vahvuutta käytetään hyväksi mahdollisuuden toteuttamiseksi (hyökkäysstrategia) "menestystarina"
Sisäiset heikkoudet	Toimenpiteet, joilla uhkaa pyritään välttämään heikkouden eliminoinniseksi (suojautumisstrategia) "selviytymistarina"	Toimenpiteet, joilla mahdollisuutta käytetään hyväksi heikkouden vähentämiseksi (vahvistamisstrategia) "kehitystarina"

Kuvio 5. SWOT-analyysi liikeidean työstämisen apuna (Jylhä & Viitala 2013).

Yrityksen vahvuuksissa kuvataan ne vahvuudet, joiden varaan yrityksen menestys rakentuu. Vahvuuksia voivat olla esimerkiksi henkilöstön ammattitaito ja sitoutuminen, asiakassuhteet sekä sijainti. Yrityksen on vahvistettava vahvuuksiaan koko ajan. Heikkouksien tunnistaminen on tärkeää, sillä ilman niiden tunnistamista niitä ei voida korjata ja kehittää. On siis tärkeää tunnistaa yritystoiminnan heikkoudet ja kehittämiskohteet, jotta niiden kehittämisen kautta heikkoudet pyritään muuttamaan yrityksen vahvuuksien joukkoon. Yrityksen ulkopuolisia mahdollisuuksia pyritään hyödyntämään ja mietitään, kuinka niiden hyödyntäminen mahdollistaa liiketoiminnan parantamisen. Mahdollisuuksia voivat olla esimerkiksi yritysten välinen yhteistyö, markkinat ja ajankohtaisten trendien hyödyntäminen. Yrityksen ulkopuolisia uhkia pyritään välttämään, uhat tunnistamalla niihin varautuminen ja niiden ehkäiseminen on mahdollista. Ulkopuolelta tulevia uhkia liiketoiminnalle voivat olla kysynnän väheneminen, kilpailijoiden lisääntyminen ja yrittäjän jaksaminen. (Alikoski, Hakonen & Viitasalo 2013, 44-46.) SWOT-analyysin lopputuloksena on siis tarkoituksena määritellä yrityksen ne toimenpiteet, joiden avulla korostetaan ja vahvistetaan vahvuuksia ja pyritään omalla toiminnalla ja luoduilla strategioilla muuttamaan heikkoudet ja uhat mahdollisuuksiksi. SWOT-analyysin on tarkoitus ohjata yritystä fokusoimaan huomio sen kannalta oikeisiin ja olennaisiin asioihin. (Viitala & Jylhä 2013, 49-50.)

SWOT-analyysiä tehdessä ei tule unohtaa pohdintaa asiakkaiden ja kilpailijoiden näkökulmasta. Löydetyt yrityksen vahvuudet on oltava vahvuuksia myös asiakkaiden mielestä. Onko heikkous todella heikkous tai vahvuus todellinen vahvuus, jos kaikilla markkinoilla toimivien kilpailijoidenkin analyyseissä on listattu samat heikkoudet ja vahvuudet? Yrityksestä löydetyt heikkoudet ja vahvuudet eivät välttämättä todellisuudessa ole niitä, jos on unohdettu analysoida myös kilpailijoita. Yrityksen on tarkoitus löytää sellaisia todellisia vahvuuksia, joilla se erottuu kilpailijoistaan. (Kareh 2019.)

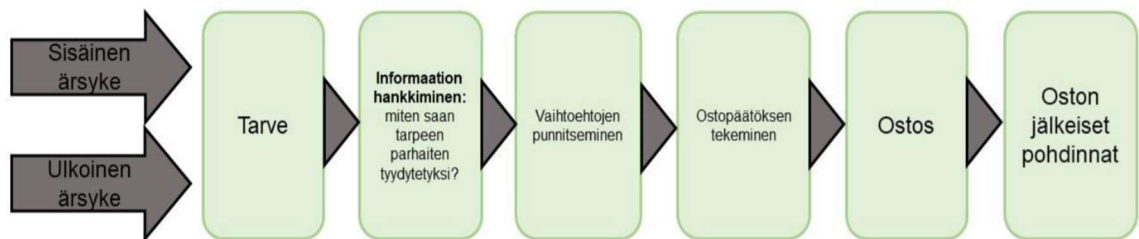
6.3 Asiakkaat ja ostokäyttäytyminen

Yrityksen on mahdollista toimia, elää ja toteuttaa omistajiensa tavoitteita ainoastaan, jos sillä on asiakkaita. Asiakas ei ole nykymaailmassa enää vain osa massaa, vaan yksilöllisesti käyttäytyvä henkilö tai yhteisö. Asiakkuusajattelussa ensin pohditaan yleisellä tasolla, millaisia asiakkaita on olemassa, minkä jälkeen ajattelumalli siirretään omaan yritykseen. Sen on tarkoitus johtaa myös toimenpiteiden tarkempaan harkintaan, sillä on selvää, että erilaiset asiakasryhmät vaativat erilaisia toimenpiteitä ja eri asiakkaiden merkitys yrityksen kannattavuuden kannalta on erilainen. Yrityksen taloudellisen edun näkökulmasta asiakkaan on oltava kannattava, siksi asiakaskannattavuuden arviointi on tärkeää. Yrityksen yksi kasvun edellytys ovat uudet asiakkaat. Uusien asiakkaiden hankinnan tulisikin olla suunniteltua ja perusteltua, vaikka yrityksellä on olemassa olevia asiakkaita, sillä yritys on asiakkuuden suhteen täysin asiakkaan armoilla ja odottaa, milloin asiakas ostaa. Entisiin asiakkaisiin yrityksen tulee suhtautua oppimisen kautta ja pohdita, miksi asiakas on siirtynyt asioimaan muualle. Entinen asiakas on tärkeä tiedonlähde yritykselle, vaikka sillä voi olla kustannuksensa. (Netco-projekti 2020.)

Asiakassegmentointi, eli ryhmittely, on asiakassuhteiden hallinnan työkalu, minkä periaatteena on asiakkaiden erilaisuus ja niiden asiakkaiden lähestyminen ensimmäisenä, jotka yrityksen liiketoiminnasta hyötyvät eniten. Segmentoinnin päätasot ovat tyyppisegmentointi, jossa liikeidean tasolla profiloidaan tyyppiasiakkaat, ja asiakassuhdesegmentointi, jossa asiakastyypiryhmien sisällä erotetaan alaryhmiä, kuten kanta-asiakkaat. (Viitala & Jylhä 2013, 100-101.) Segmentoinnin jälkeen kysyntää luodaan markkinointiviestinnän avulla, joka kohdistetaan yrityksen strategisen näkökulman kannalta optima-

lisimmalle kohderyhmälle, toimenpidettä kutsutaan positioinniksi. Fokusoituva yritys paneutuu asiakkaiden tarpeisiin syvällisesti ja luo lisäarvoa tarkkaan rajatussa kohderyhmässä, mikä voi hinnaltaan olla kallista, mutta asiakkaat ovat valmiita maksamaan juuri heidän tarpeitaan vastaavasta tuotteesta tai palvelusta. (Hesso 2015, 94.)

Kuluttajan käyttäytymisen tutkimisen ajatuksena on ymmärtää, miksi ja miten kuluttaja tekee ostopäätöksen. Yksi ostopäätökseen vaikuttava tekijä on olennaisesti itse kulutettava hyödyke, jonka ominaisuudet (product), hinta (price), mainonta (promotion) ja saatavuus (place) – McCarthyn neljä P:tä – vaikuttavat ostopäätökseen. Kuluttajan tekemää ostopäätöstä voidaan kuvata tarpeen pohjalta syntyneeksi, minkä aiheuttaa sisäinen tai ulkoinen ärsyke (kuvio 6).



Kuvio 6. Kuluttajan ostoprosessi. (Hiltunen 2017.)

Sisäisiä ärsykeitä tarpeen synnyttämiseksi voivat olla esimerkiksi väsymys ja nälän tunne, jotka ovat Maslowin tarvehierarkian mukaan ihmisen tärkeimpiä eli fysiologisia tarpeita. Ulkoisia ärsykeitä puolestaan ovat esimerkiksi mainonta ja sosiaalinen paine. Markkinat, ympäristö ja yhteisö tarjoavat jatkuvasti kuluttajalle uusia ärsykeitä ja synnyttävät uusia tarpeita. Sosiaalisen paineen ja muotivirtausten todettu vaikutus kuluttajien ostopäätöksiin on väistänyt neoklassisen näkemyksen siitä, että kuluttaja on rationaalinen olento, joka punnitsee kulutuspäätöksensä siitä saadun hyödyn perusteella. (Hiltunen 2017, 21-25.)

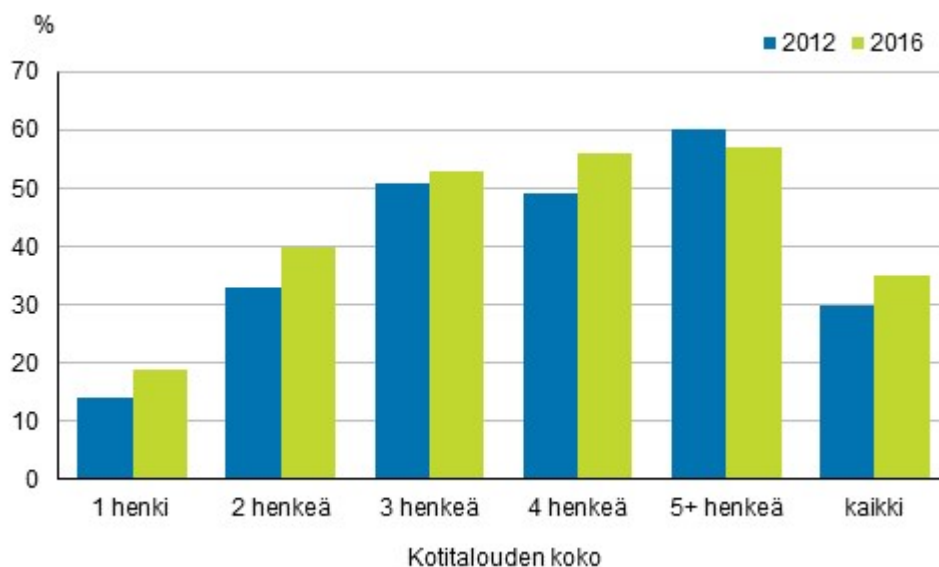
Asiakkaan tunnistettuaan tarpeensa alkaa kerätä tietoa ja vertailee eri vaihtoehtoja, mikä tyydyttäisi tunnistetun tarpeen parhaiten. Vertailun jälkeen jäljelle jääneistä vaihtoehtoista valitaan yksi ostettava tuote tai palvelu, jolloin ostopäätös on syntynyt ja siitä tehdään kaupat. Ostoksen jälkeinen toiminta on tärkeää erityisesti ensiasiakkaan kohdalla,

kuinka hänet saadaan asioimaan uudelleen ja suositteluksi asiakkaaksi. (Hesso 2015, 97-99.)

6.4 Koiran aseman muutokset yhteiskunnassa

Lemmikkieläinten pitäminen on saanut jalansijaa yhteiskunnassamme 1960-luvulta lähtien. Yksi maailman suosituimmista lemmikeistä on koira, joka alun perin tuhansia vuosia sitten kesytettiin metsästyskumppaniksi ihmiselle. Nykyisin tavallisista koiranpennuista kasvaa erityisiä perheenjäseniä, joihin kohdistetaan syviäkin tunteita ja niistä on muodostunut olennainen osa ihmisten elämää. Vahvassa kiintymyssuhteessa koira nähdään arvostettuna kanssaeläjänä, emotionaalisen omistautumisen ja kiintymyksen kohteena. Kaikille koiranomistajille yhteinen piirre on koiran tuottaman hyvinvoinnin tunne: koira liikuttaa, kartuttaa sosiaalisia suhteita ja osoittaa ehdotonta rakkautta ja kiintymystä omistajalleen. (Jaaranen 2018.)

Koiran yhteiskunnallisen aseman muutos näkyy myös ihmisten kulutustottumuksissa. Kulutuksen taustalla on koiran hyvinvointia ajatellen omistajan vastuu huolehtia koiransa riittävästä ravinnosta, tiloista, levosta ja liikunnasta sekä hoitaa koiran kehoa ja mahdollistaa sen luonnollinen sosiaalinen käytös. Kun koira otetaan perheenjäsenenä huomioon arkipäiväisessä elämässä ja sen valinnoissa, voidaan koira nähdä kanssakuluttajana. Koirien ruokaan, erilaisiin tarvikkeisiin, harrastuksiin ja hyvinvointiin kulutetaan vuosittain yhä enemmän rahaa. Koirat vaikuttavat myös kotitalouksien kulutuspäätöksiin esimerkiksi ajoneuvon ja asuinpaikan osalta. Koirille suunnattujen palveluiden valinnassa koiranomistajat arvostavat hinta-laatusuhdetta, luotettavuutta sekä koiran käsittelytaitoa. Koirien tärkeyttä omistajilleen kuvastaa, etteivät koiranomistajat luota koiraansa kenen tahansa käsittelyyn, esimerkiksi trimmaajan käsittelyyn vietäessä. Koirille tarjolla olevista terveyspalveluista suosituin on koirahieronta, johon se viedään hierottavaksi selkeän tarpeen takia ja halusta huolehtia koiran hyvinvoinnista kokonaisvaltaisesti. (Jaaranen 2018.)



Kuvio 7. Lemmikkieläimen omistavien kotitalouksien prosenttiosuudet 2012 ja 2016 (Tilastokeskus 2016).

Kuvion 7 mukaan vuonna 2016 noin 35 prosentilla Suomen kotitalouksista on jokin lemmikkieläin, kun vuonna 2012 vastaava määrä on ollut 30 prosenttia. Lemmikkieläimistä suosituin on koira, ainakin yhden koiran kotitalouksia on 22 prosenttia. Koirien kokonaismäärä Suomessa on arviolta 700 000 yksilöä vuonna 2016 tehdyn kulutustutkimuksen perusteella. Edelliseen tutkimukseen verrattuna kotitalouksien koiramäärä kasvoi jopa 11 prosenttia. (Tilastokeskus 2016.) Suomen Kennelliitto rekisteröi vuosittain keskimäärin 50 000 koiraa, vuoden 2019 rekisteröityjen koirien tarkka määrä oli 45 111. Suomen 700 000 koirasta arvioidaan Kennelliiton rekistereissä olevan 75 %. Kennelliittoon voidaan rekisteröidä koiria sekä rotukoirarekistereihin että tunnistusmerkintärekisteriin. Koirien rekisteröiminen mahdollistaa koiran yksilöinnin ja sen tietojen yhdistämisen omistajaan. Rekisteröinnin avulla myös helpotetaan eläintautien torjuntaa ja koirien hyvinvoinnin valvontaa sekä ongelmatapauksiin puuttumista. (Suomen Kennelliitto 2020.)

Lemmikkimäärien noustessa myös lemmikkibisnes on muuttunut hurjasti. Lemmikkeihin liittyvä liiketoiminta on sekä euromääräisesti että laaja-alaisella tarjonnallaan valtavaa. Perinteisten lemmikkieläinkauppojen lisäksi koirille on tarjolla useita palveluita, kuten trimmausta, koirauimaloita, hierontaa ja erilaisia hoitopaikkapalveluita. Koirien ruokinnan osalta koirille suunnatun luomuruoan suosio on kasvanut, samoin raakaruokinnan eli

barffauksen (bones and raw food). Lemmikkibisneksen ohella ei ole unohdettu lemmikkien omistajia, joille on tarjolla tuotteita ja palveluita lemmikkibisneksen sisällä. Maailman digitalisoituminen ja älylaitteet antavat suuret mahdollisuudet kehitykselle myös lemmikkibisneksen osalta. (Hiltunen 2017, 83-85.)

7 Taloudelliset resurssit liiketoiminnassa

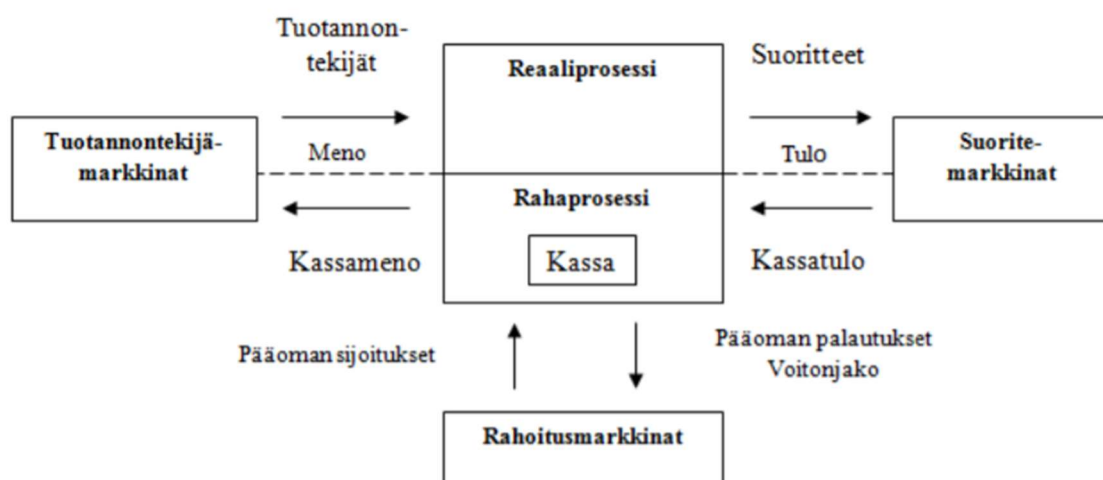
Yrityksen talous syntyy sen toiminnasta, eli toiminnan ylläpitämisestä syntyy menoja ja toiminnan tuloksena myyntituloja. Yrityksen toiminta syntyy sekä reaali- että rahaprosesseista. Reaaliprosessilla kuvataan yrityksen käytännön toimintaa ja rahaprosessilla sen rahavirtoja, johon varoja tulee esimerkiksi suoritteiden myynnistä. (Mäenpää 2015, 11-12.) Yritys lukeutuu markkinataloudessa talousyksiköksi, joka on ensisijaisesti perustettu tuottamaan hyvinvointia sen omistajilleen. Markkinatalous edellyttää yritykseltä tervettä taloudellista tilannetta. Talousjohtaminen on yrityksen ohjaamista kohti sen taloudellisia tavoitteita, siksi sen perustehtävien ja yrityksen taloustavoitteiden ymmärtäminen on talousohjauksen perusta. Talousjohtaminen voidaan jakaa strategiseen, taktiseen ja operatiiviseen talousohjaukseen. Strateginen talousohjaus keskittyy muun muassa yrityksen taloudellisten päämäärien asettamiseen ja liiketoimintojen tarkasteluun taloudellisina sijoituksina eli portfolioina. Taktinen talousohjaus on yrityksen johtamista budjetoinnin avulla ja operatiivinen talousohjaus puolestaan laskelmien laatimista ja yrityksen jokapäiväistä rahoituksen hoitamista. (Neilimo & Uusi-Rauva 2009,10-12.)

Lähtökohtana yritystoiminnassa on yrityksen voiton tuottaminen, eli toiminnan jatkuvuus. Liiketoiminnan suunnittelu yrityksessä on kokonaisuus, jossa pitkän aikavälin tavoitteet konkretisoituvat lyhyemmän aikavälin käytännön toimenpiteiksi. Yrityksen talouden suunnittelu on myös osa liiketoiminnan suunnittelun kokonaisuutta, mikä kulminoituu rahaan ja numeroihin. Talouden suunnittelussa tulevalla tilikaudella suunnitellut toimenpiteet muutetaan rahaksi, jotka kuvataan budjeteissa. (Syvänperä & Lindfors 2014, 10-11.)

Taloudellisten analyysien tavoitteena on analysoida yrityksen tuottoja ja kustannuksia. Analysoinnin tehtävänä on löytää yrityksen osa-alueet, jotka ovat lisäarvon luonnin kannalta olennaisia. Tavoitteena on panostaa niihin toimintoihin, jotka luovat yritykselle lisäarvoa, eli positiivista tulosta. Strategia ohjaa yrityksen tapaa luoda kilpailuetua ja lisäarvoa asiakkaalle, joten sitä on pidettävä myös taloudellisten laskelmien taustalla. (Hesso 2015, 71, 166.)

7.1 Yrityksen toiminta

Yrityksen tehtävänä on tuottaa markkinoille sellaisia hyötyjä, joista markkinat ovat valmiita maksamaan. Suoritteiden myynnistä yritys saa tuottoja, jotka mahdollistavat yritystoiminnan ylläpitämisen. Ennen vanhaa kaupankäyntiä harjoitettiin vaihdannan kautta, jolloin tavaroiden ja palveluiden arvottaminen oli hankalaa, mutta rahan käytön yleistyessä arvottaminen yhteismitalliseksi on helpottunut. Raha-arvo mahdollistaa suoritteiden tuottamisesta syntyneiden tuotantokustannusten laskemisen ja hinnan määrittämisen, jonka markkinat ovat valmiita maksamaan. Lähtökohta on se, että saatu hinta on suurempi kuin tuotantokustannukset. Rahaliikennettä voidaan kuvata yrityksen polttoainejärjestelmänä, joka mahdollistaa riittävien voimavarojen saamisen toiminnan ylläpitämiseksi. Yrityksen taloudessa hallintoihmiset ja yritysjohto seuraavat ja laskevat niitä rahoja, joita yrityksen henkilöstö toiminnallaan saa aikaiseksi. Yritystoimintaa voidaan kuvata reaali- ja rahaprosessin näkökulmasta (kuvio 8). (Mäenpää 2015, 10-11.)



Kuvio 8. Reaali- ja rahaprosessi (Suomala ym. 2011, 35).

Yrityksen reaali prosessi eli hyödykevirta tarkoittaa sen toimintaa eli tuotantoa, joka syntyy sen erilaisista toiminnoista. Yritys ostaa tuotannontekijämarkkinoilta tavaroita, palveluja ja työvoimaa tuottaakseen myytäviä tuotteita, jotka yritys myy asiakkailleen eli suoritemarkkinoille. Tuotteiden myynnistä yritys saa tuloja ja puolestaan tuotannontekijöiden hankinnasta sille syntyy menoja. Yrityksen rahaprosessilla eli maksuvirralla kuvataan sen toiminnan aiheuttamia rahavirtoja. Rahaa yritykselle tulee asiakkailta saatuna suorituksina myydyistä tuotteista ja rahoitusmarkkinoilta pääomasijoituksina, joita voivat olla omistajan yritykseen sijoittama raha tai pankkilaina. Yrityksestä puolestaan lähtee rahaa maksuina tuotannontekijöistä ja pääomanpalautuksina rahoitusmarkkinoille. (Eklund & Kekkonen 2014, 12-15.)

7.2 Taloushallinto

Taloushallinto on välttämätöntä yrityksen toiminnassa. Taloushallinto koostuu esimerkiksi laskutuksesta, kirjanpidosta ja erilaisten ilmoitusten tekemisestä verottajalle. Yrityksen toiminta määrittää sen taloushallinnon osat, sillä valmistus- ja palveluyritysten toiminnot poikkeavat paljon toisistaan. Yrityksen taloushallinto koostuu eri osakirjanpidoista, kuten myynti- ja ostoreskontrista ja palkanlaskennasta, joista tieto siirtyy pääkirjanpitoon. Yrityksen tulee pyrkiä siihen, että sen taloushallinto tuottaa oikeaa ja luotettavaa tietoa mahdollisimman kustannustehokkaasti, koska yrityksen toiminnan pääpainon on pysyttävä sen tuottavassa toiminnassa. Useat pk-yritykset ovat ulkoistaneet yrityksen taloushallinnon toiminnot, tai osan niistä, tilitoimistolle. Taloushallinnon ulkoistamisen tarkoituksena on hakea taloushallinnon toimintojen tehostamista ja kustannussäästöjä, kun toiminnot ulkoistetaan alan ammattilaisille. Taloushallinnon ulkoistuksessa on syytä muistaa, että vastuu yrityksen kirjanpidosta, tilinpäätöksistä ja verotuksesta säilyy aina yrityksellä, joten vastuun ulkoistaminen ei ole mahdollista. (Koivumäki & Lindfors 2012, 11-14, 26-27.)

Yritysmailman toimintaympäristön muutokset vaativat yrityksiltä yhä enemmän joustavuutta ja kustannustehokkuutta. Yrityksen taloushallintoa voidaan pitää johtamisen tuki-toimintona, joka tuottaa johtamista avustavia ja taloutta kuvaavia raportteja ja konsultoi yrityksen johtoa taloushallinnon näkökulmasta. Taloushallinnon tehtävien nähdään usein

kohdistuvan lähinnä laskentatoimeen ja se voidaan määritellä suunnitelmalliseksi toiminnaksi, joka kerää ja rekisteröi yrityksen toimintoja lukuina, joista syntyy raportteja ja laskelmia. Yleinen laskentatoimi (financial accounting) perustuu kirjanpitoon, jonka päädokumentti on tilinpäätös, joka sisältää tuloslaskelman ja taseen. Johdon laskentatoimi (management accounting) on yritysjohton päätöksentekoa avustavaa laskentaa, johon sisältyvät erilaiset suunnittelu- ja tavoitelaskelmat, kuten budjetit. (Neilimo & Uusi-Rauva 2009, 12-14.)

7.2.1 Kirjanpitovelvollisuus ja kirjanpito

Kirjanpitolain 1-3§:ssä säädetään, että kirjanpitovelvollisia ovat kaikki liike- ja ammatti-toimintaa harjoittavat oikeushenkilöt (oy, ay, ky, osk, yhdistys ja säätiö) ja luonnolliset henkilöt, pois lukien maatilatalouden ja kalastuksen harjoittajat. Kirjanpitovelvollisen on pidettävä kahdenkertaista kirjanpitoa, lukuun ottamatta luonnollisen henkilön liikkeen- tai ammatinharjoittajaa, mikäli sekä päättyneellä että sitä edeltäneellä tilikaudella on täytynyt enintään yksi seuraavista edellytyksistä:

- 1) taseen loppusumma ylittää 100 000 euroa
- 2) liikevaihto tai sitä vastaava tuotto ylittää 200 000 euroa
- 3) palveluksessa on keskimäärin yli kolme henkilöä.

Kirjanpitovelvollisen on noudatettava hyvää kirjanpitotapaa.

Kirjanpidon tekemisellä tarkoitetaan sitä, että yrityksen toiminnasta syntyneet liiketapahtumat kirjataan järjestelmällisesti juoksevana kirjanpitoa. Kirjapitolautakunnan (KILA) tehtävänä on antaa ohjeita ja lausuntoja siitä, mikä on hyvän kirjanpitotavan mukaista menettelyä erilaisissa tilanteissa, jotta yritysten kirjanpidon menettelytavat olisivat yhdenmukaisia ja noudattaisivat hyvää kirjapitotapaa. Kirjanpidon pohjalta tehdään yritykselle tilinpäätös, jonka tulee antaa oikeat ja riittävät tiedot yrityksen toiminnan tuloksen muodostumisesta ja taloudellisesta asemasta tilinpäätöshetkellä. Tilinpäätös antaa tietoja esimerkiksi yrityksen omistajille, sijoittajille ja yhteistyökumppaneille. Tilinpäätöksen tehtävänä on myös yrityksen jakokelpoisen voiton selvittäminen. (Koivumäki & Lindfors 2012, 32; Tuomi-Sorjonen & Kosonen 2015, 108.)

Kirjanpidon kirjausten on perustuttava päivätyyn ja numeroituun tositteeseen, jolla liiketapahtuma todennetaan. Kahdenkertaisessa kirjanpidossa sen nimen mukaisesti jokainen liiketapahtuma kirjataan kirjanpitoon kahteen kertaan, kahdelle eri tilille, jotka kertovat, mistä raha on tullut ja mihin se on käytetty. Yleisimmät liiketapahtumat ovat menot, tulot ja rahoitustapahtumat. Meno syntyy tuotantotekijän vastaanottamisesta ja tulo puolestaan suoritteen luovuttamisesta. Suoritteet voivat olla tavaroita tai palveluita riippuen yrityksen toiminta-alasta. Rahoitustapahtuma syntyy, kun yritys hankkii tuotantotekijän tai luovuttaa suoritteen, mutta maksu suoritetaan myöhempänä ajankohtana, eli syntyy ostovelkoja tai myyntisaamisia. Rahoitustapahtumia ovat myös rahoituksen saaminen omistajien sijoituksista tai lainan muodossa sekä osinkojen ja verojen maksut. (Ikäheimo ym. 2011, 14-16.)

Yritysten normaali tilikauden pituus on 12 kuukautta, mutta erityistilanteissa tilikausi voi poikkeuksellisesti olla pidempi tai lyhyempi. Tilikauden päätteeksi yrityksille laaditaan tilinpäätös, joka sisältää tuloslaskelman (kuvio 9.), taseen (kuvio 10.) ja toimintakertomuksen. Toimintakertomus on kirjallinen yhteenveto yrityksen toiminnasta tilikauden aikana. Tuloslaskelmassa esitetään yrityksen rahallinen tulos voittona tai tappiona, joka kertoo liiketoiminnan tehokkuudesta ja kannattavuudesta. Taseessa esitetään yrityksen varallisuus ja velat. (Mäenpää 2015, 155-156.)

TULOSLASKELMA

	(Tilikausi)		(Edellinen tilikausi)	
	—'—'—'	—'—'—'	—'—'—'	—'—'—'
LIKEVAIHTO		0,00		0,00
Liiketoiminnan muut tuotot		0,00		0,00
Liiketoiminnan muut kulut	-	<u>0,00</u>	-	<u>0,00</u>
LIKEVOITTO (-TAPPIO)		0,00		0,00
Rahoitustuotot ja -kulut	+/-	<u>0,00</u>	+/-	<u>0,00</u>
VOITTO (TAPPIO) ENNEN SATUNNAISIA ERIÄ		0,00		0,00
Satunnaiset erät	+/-	<u>0,00</u>	+/-	<u>0,00</u>
VOITTO (TAPPIO) ENNEN TILINPÄÄTÖSSIIRTOJA JA VEROJA		0,00		0,00
Tilinpäätössiirrot	+/-	0,00	+/-	0,00
Välittömät verot	-	<u>0,00</u>	-	<u>0,00</u>
TILIKAUDEN VOITTO (TAPPIO)		<u>0,00</u>		<u>0,00</u>

Kuvio 9. Kululajikohtainen lyhennetty tuloslaskelma. (Kirjanpitolautakunta 2006.)

Tuloslaskelman tehtävänä on esittää, miten yrityksen tulos on tilikauden aikana muodostunut. Tuloslaskelman kaavoja on kaksi, kululajikohtainen ja toimintokohtainen. Kirjanpitoasetuksen (KPA) 1:1 §:n mukainen tuloslaskelmakaavio perustuu kululajikohtaiseen jaotteluun, jossa kiinteästi yrityksen pääasiallisen myytävän tuotteen myyntiin ja valmistukseen kohdistuvat tuotot ja kulut esitetään tuloslaskelmassa ennen yrityksen muuhun toimintaan liittyviä eriä. Liikevaihtoon sisältyvät yrityksen toiminnan myyntituotot, joista vähennetään liiketoiminnasta aiheutuneet kulut, jolloin saadaan yrityksen liikevoitto tai tappio. Liikevoitto kuvaa yrityksen varsinaisen toiminnan menestyksellisyyttä. Liikevoiton jälkeen kuvataan yritystoiminnassa saavutetun tuloksen jakaminen. Tulos jaetaan rahoittajille (rahoituskulut), verottajalle (verot) ja omistajalle (tilikauden voitto). (Ikäheimo, Laitinen, Laitinen & Puttonen 2011, 23-24.)

T A S E	(Tilikauden päättymispäivä)		(Edellisen tilikauden päättymispäivä)	
	—'—'	—'—'	—'—'	—'—'
V a s t a a v a a				
PYSYVÄT VASTAAVAT				
Aineettomat hyödykkeet	0,00		0,00	
Aineelliset hyödykkeet	0,00		0,00	
Sijoitukset				
Osuudet saman konsernin yrityksissä	0,00		0,00	
Muut sijoitukset	<u>0,00</u>	0,00	<u>0,00</u>	0,00
VAIHTUVAT VASTAAVAT				
Vaihto-omaisuus	0,00		0,00	
Saamiset	0,00		0,00	
Rahoitusarvopaperit				
Osuudet saman konsernin yrityksissä	0,00		0,00	
Muut rahoitusarvopaperit	<u>0,00</u>	0,00	<u>0,00</u>	0,00
Rahat ja pankkisaamiset	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>
V a s t a a v a a y h t e e n s ä	<u>0,00</u>		<u>0,00</u>	
T A S E				
	(Tilikauden päättymispäivä)		(Edellisen tilikauden päättymispäivä)	
	—'—'	—'—'	—'—'	—'—'
V a s t a t t a v a a				
OMA PÄÄOMA				
Osake-, osuus				
tai muu vastaava pääoma	0,00		0,00	
Ylikurssirahasto	0,00		0,00	
Arvonkorotusrahasto	0,00		0,00	
Käyvän arvon rahasto	0,00		0,00	
Muut rahastot	0,00		0,00	
Edellisten tilikausien voitto (tappio)	0,00		0,00	
Tilikauden voitto (tappio)	<u>0,00</u>	0,00	<u>0,00</u>	0,00
TILINPÄÄTÖSSIIRTOJEN				
KERTYMÄ		0,00		0,00
PAKOLLISET VARAUKSET		0,00		0,00
VIERAS PÄÄOMA		<u>0,00</u>		<u>0,00</u>
Pääomalaina	0,00		0,00	
Muu vieras pääoma	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>	<u>0,00</u>
V a s t a t t a v a a y h t e e n s ä		<u>0,00</u>		<u>0,00</u>

Kuvio 10. Lyhennetty tase. (Kirjanpitolauslaskenta 2006.)

Taseen tehtävä on kuvata yrityksen taloudellista asemaa tilinpäätöspäivänä eli siinä esitetään yrityksen omaisuus ja velat. Taseen vastaavaa puoli esittää yrityksen varat eli sen omaisuuden, joka koostuu pysyvistä ja vaihtuvista vastaavista. Pysyvät vastaavat ovat pitkäaikaisia varoja, joita yritys on hankkinut käyttöönsä aikomuksenaan hyödyntää niitä yhtä tilikautta pidemmän ajan, kuten koneita ja kalustoa. Vaihtuvat vastaavat ovat yrityksen hallussa lyhyemmän aikaa, kuten sen vaihto-omaisuus eli varasto ja saamiset. Saamiset jaotellaan lyhyt- ja pitkäaikaisiksi. Pitkäaikaisiksi saamisiksi luokitellaan ne saamiset, jotka erääntyvät maksettaviksi yhtä vuotta pidemmän ajan kuluttua, muut saamiset ovat lyhytaikaisia. (Ikäheimo ym. 2011, 27-29.)

Taseen vastattavaa puoli esittää, miten yrityksen omaisuus on rahoitettu ja se koostuu omasta pääomasta, tilinpäätössiirtojen kertymästä, pakollisista varauksista ja vieraasta pääomasta. Yrityksen oma pääoma koostuu usein omistajien yritykseensä sijoittamasta osakepääomasta ja aikaisempien tilikausien voittovarojen kerryttämästä tulorahoituksesta, joita ei ole jaettu osinkoina omistajille. Tilinpäätössiirtojen kertymä muodostuu poistoerosta ja vapaaehtoisista varauksista. Pakolliset varaukset muodostuvat eläkevarauksista, verovarauksista ja muista pakollisista varauksista ja ne on tehtävä, jos tulevien menojen täsmällistä määrää ja toteutumishetkeä ei tiedetä. Vieras pääoma jaetaan lyhyt- ja pitkäaikaiseen. Pitkäaikaista vierasta pääomaa on velka tai sen osa, joka erääntyy maksettavaksi yhtä vuotta pidemmän ajan kuluttua, muut velat ovat lyhytaikaisia. Yrityksen taseessa esitettyä vierasta pääomaa ovat muun muassa pääomalainat ja lainat rahoituslaitoksilta. (Ikäheimo ym. 2011, 29-30.)

7.2.2 Verotusäännösten vaikutus taloushallintoon

Verotuksen tehtävänä on tulojen kerääminen julkiselle sektorille ja verojen tulisi kohdistua oikeudenmukaisesti kaikille verojen maksajille, siksi oikeudenmukaisuuden nimissä on otettava veronmaksajan maksukyky huomioon verotuksen tasosta päätettäessä. Yrityksen kirjanpidon tavoitteena on mahdollisimman hyvän tuloksen saaminen, jolloin omistajien voitonjako maksimoitaisiin. Verotuksen osalta puolestaan yrityksen verotettava tulos halutaan mahdollisimman pieneksi. Kirjanpidon ja verotuksen tavoitteiden eroavaisuudet aiheuttavatkin tilanteita, jolloin kirjanpitoa, tilinpäätöstä ja verotusta noudatettavien lakien yhteensovittamisen hallitseminen on tärkeää tavoitetulokseen pyrittäessä. (Koivumäki & Lindfors 2012, 32.)

Verotus ja kirjanpito ovat toisistaan riippuvaisia, koska esimerkiksi verotettavan tuloksen laskeminen ja arvonlisäverotus perustuvat yrityksen kirjanpitoon. Verotettava tulos pohjautuu kirjanpidosta saatavaan tuloslaskelmaan, joka yhdessä taseen kanssa toimii apuna veroilmoituksen täyttämässä. Kirjanpidossa kirjauksia tehdessä on otettava kantaa arvonlisäverotukseen. On tiedettävä toimintojen veronalaisuus ja verokannat sekä verotuksessa vähennyskelpoiset menot. Näiden kirjausten perusteella on pystyttävä täyttämään kausiveroilmoitus oikein. Verotuksen pohjautuessa kirjanpitoaineistoon ja tilinpäätökseen, on kirjanpidon aineisto todiste verotuksen oikeellisuudesta. (Koivumäki & Lindfors 2012, 33-34.)

Arvonlisävero on kulutusvero, jonka tuotteen tai palvelun kuluttaja maksaa sen hankintahinnan yhteydessä. Arvonlisäveron verokanta on 24 % ja sen määrä lisätään tuotteen tai palvelun verottomaan hintaan. Arvonlisäveron valtiolle tilittää myyjä. Arvonlisäverovelvollisia ovat kaikki, jotka harjoittavat tavaroiden tai palveluiden myyntiä liiketoiminnan muodossa. Tavaralla tarkoitetaan aineellista esinettä sekä muun muassa sähköä ja energiahyödykettä ja palvelulla kaikkea muuta, mitä voidaan myydä liiketoiminnan muodossa. Liiketoiminta katsotaan vähäiseksi toiminnaksi, jos liikevaihto on enintään 10 000 euroa tilikauden aikana, jolloin verovelvollisuutta ei ole, ellei verovelvolliseksi ole omaloitteisesti hakeuduttu. Arvonlisäverovelvollisella on vähennysoikeus kaikista arvonlisäverollista liiketoimintaa varten tehdyistä hankinnoista, kun ne tehdään toiselta verovelvolliselta. Vähennysoikeuden tarkoituksena on estää veron kertaantuminen. Arvonlisävero ilmoitetaan kausiveroilmoituksella, joka annetaan jokaiselta kohdekaudelta, vaikka liiketoiminta olisi tilapäisesti keskeytynyt tai kohdekauden arvonlisävero on negatiivinen. (Tuomi-Sorjonen & Kosonen 2015, 48, 54; Arvonlisäverolaki 1993/1501.)

Verotettava tulo on veronalaisten tulojen ja vähennyskelpoisten menojen sekä muiden mahdollisten vähennysten erotus, jonka perusteella yhteisön tulovero määräytyy. Tulojen ja menojen jaksottamisella tarkoitetaan, että tulo kirjataan sen verovuoden tuotoksi, jonka aikana se on saatu rahana, saamisena tai muuna rahanarvoisena etuutena. Samoin meno kirjataan sen verovuoden kuluksi, jonka aikana sen suorittamisvelvollisuus on syntynyt. Verovuodella tarkoitetaan ajanjaksoa, jonka aikana saaduista tuloista maksetaan veroa ja se on yleensä kalenterivuosi. Elinkeinoverolaissa (EVL) säädetään elinkeinotoiminnan tulojen veronalaisuudesta ja niistä tehtävistä vähennyksistä verovuoden aikana. Veronalaisia elinkeinotuloja ovat elinkeinotoiminnassa rahana tai rahanarvoisena etuutena

saadut tulot, joista vähennyskelpoisia menoja ovat elinkeinotoiminnassa tulon hankkimisesta tai säilyttämisestä johtuvat menot. (Tomperi 2009, 11-12; Elinkeinoverolaki 1968/360.)

Verotus on monimutkaista ja sen lainsäädäntö muuttuu jatkuvasti. Verosuunnittelu on tärkeä osa yritystoimintaa, minkä tarkoituksena on etsiä verotuksellisesti yritykselle edullisin vaihtoehto tietyssä tilanteessa tai muuten ennakoida tiettyjen toimenpiteiden vero-seuraamuksia. Verosuunnittelussa on huomioitava yrityksen yritysmuoto, koko ja omissuspohja sekä osakkaiden henkilökohtainen talous. Toimenpiteet tulee valita sen mukaan, että lopputulos on optimaalinen verojen määrän ja muun kokonaisuuden kannalta. Jos yrityksellä on vahvistettuja ja käyttämättömiä tappioita, tulee ne ottaa huomioon verovuoden verotettavaa tuloa suunniteltaessa. Tappiot on mahdollista vähentää seuraavien 10 verovuoden aikana. (Tuomi-Sorjonen & Kosonen 2015, 269.)

7.3 Rahoitus liiketoiminnan alussa

Yrityksen perustamisvaiheessa alkupääoman hakeminen toteutuu rahoitusmarkkinoiden kautta, joiden tarkoituksena on saattaa rahan tarvitsijat ja tarjoajat yhteen. Rahoitusmarkkinoiden toimivuudesta huolehtivat esimerkiksi pankit, jotka ovat rahoituksen välitykseen erikoistuneita instituutioita. (Niskanen & Niskanen 2010, 9.) Rahoitusmarkkinat ovat olleet julkisen keskustelun kohteena ja niiden on pelätty epäonnistuvan erityisesti pk-yritysten kohdalla, joiden taloudellinen merkitys suuren määrän ja työllistävyyden takia on merkittävä niin Suomessa kuin muualla EU:ssa (Louhivuori 2014, 1-2).

Yritysrahoituksen peruskysymykset nousevat esille jo yrityksen perustamisvaiheessa, kun sitä perustettaessa liikeidean toteuttamiseksi yritykseen sijoitetaan rahaa, eli pääomaa. Pääoma investoidaan liikeidean mukaisella tavalla tuloa tuottavaan omaisuuteen. Yrityksessä tuloa tuottava omaisuus on esimerkiksi toimintaan tarvittavat koneet ja laitteet. Usein yrityksen perustajilla ei itsellään ole tarvittavaa alkupääomaa, joten sitä on haettava ulkopuolisilta rahoittajilta tai sijoittajilta. Yritystoimintaa aloitettaessa on tehtävä myös investointi- ja rahoituspäätös. Investointipäätös on päätös liiketoiminnassa tarvittavan pitkävaikutteisen käyttöomaisuuden hankkimisesta ja rahoituspäätöksellä yritys

ratkaisee, miten investoinnit rahoitetaan. Toteutetun liiketoiminnan kautta yritykseen virtaavan rahan käyttöön liittyy kolmas tärkeä päätös siitä, miten yrityksen voitot käytetään sen omistajien kannalta parhaalla mahdollisella tavalla. Kun kyseessä on osakeyhtiö, puhutaan sen osingonjakopäätöksestä. Jos yritys jakaa omistajilleen osinkoina kertyneitä voittovaroja, vähentää se tulevien kasvuinvestointien tulorahoitusosuutta. Toisaalta yrityksen hyvä osinkopolitiikka ja vuosittainen osinkojen maksaminen voi vaikuttaa positiivisesti sen arvoon ja yritys näyttäytyy sijoittajien silmissä hyvältä sijoituskohteelta. (Niskanen & Niskanen 2010, 9, 11.)

7.3.1 Rahoitusmuodot

Hyvän liikeidean toteuttamiseen löytyy aina rahoitus, mutta se vaatii totuudenmukaisen liiketoimintasuunnitelman ja huolellisesti tehdyn kannattavuuslaskelman. Yrityksen alkupääoman muodostamiseen yrittäjä joutuu usein sijoittamaan säästönsä ja hakemaan pankkilainaa. Suomessa yritystoimintaan on mahdollista saada julkista rahoitusta, joita yksityiset pääomasijoittajat täydentävät, myös siinä tilanteessa, kun omaa varallisuutta ei juurikaan ole. Yrityksen rahoitus koostuu pääsääntöisesti yrittäjän omasta rahoituksesta, lainoista ja mahdollisista avustuksista. (Yritystulkki 2020.)

Julkisia rahoituksen lähteitä yritystoiminnan aloittamiseen Suomessa tarjoavat muun muassa Finnvera, Tekes ja ELY-keskukset. Finnvera tarjoaa yrityksille lainoja ja takauksia, Tekes rahoittaa lainoilla ja avustuksilla uutta osaamista luovia projekteja ja sillä on erillinen rahoitusohjelma nuorille ja innovatiivisille yrityksille. ELY-keskusten tehtävänä on tarjota yritystoimintaan tukea ja avustuksia, aloittavan yrittäjän starttirahaa haetaan työ- ja elinkeinotoimistosta. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2020.)

Tärkein rahan lähde yrityksessä on tulorahoitus, joka on suoritteiden myynnistä saatua tuloa. Tulorahoituksen avulla tulee kattaa toiminnasta aiheutuvat juoksevat kustannukset, voitonjako yrityksen omistajille sekä vieraan pääoman, esimerkiksi pankkilainan, lyhennyksiin. Aloittavalla yrityksellä ei luonnollisesti tulorahoitusta ole syntynyt, kun myyntiäkään ei vielä ole. Aloittavan yrityksen tulee suunnitella rahoituksen tarve, käyttöpääoma, kuuden kuukauden aikana syntyneiden kustannusten mukaan. (Eklund & Kekkonen

2014, 129.) Käyttöpääoma on rahaa, jolla yritys maksaa toiminnasta syntyneet menot ennen kuin asiakkailta on saatu rahaa yrityksen kassaan. Yleisin käyttöpääoman rahoitustapa on pankin myöntämä luotollinen tili, joka vaatii reaalivakuuden. (Yritystulkki 2020.)

Kun yritystoiminta on päässyt kunnolla alkuun, voidaan sen rahanlähteet jakaa ulkoisiin ja sisäisiin rahanlähteisiin. Ulkoista rahoitusta on yrityksen uusi osakepääoma tai lainarahoituksen ottaminen, raha siis tulee yritystoiminnan ulkopuolelta. Sisäistä rahoitusta alkaa aloittavalle yritykselle syntyä vähitellen yrityksessä pidettyjen voittovarojen muodossa, yrityksen voittovarot ovat omistajille kuuluvaa omaa pääomaa. (Niskanen & Niskanen 2010, 11.)

7.3.2 Rahoituslaskelma

Aloittava yritys tarvitsee ennen toiminnan aloittamista rahaa alkuinvestointeihin ja käyttöpääomaan. Alkuinvestointeja syntyy toiminnassa tarvittavien toimitilojen, koneiden, kaluston ja tarvikkeiden hankinnasta. Palvelualan yksinyrittäjän toiminta perustuu pääosin yrittäjän henkilökohtaiseen työpanokseen, jolloin alkuinvestointien tarve on yleensä vähäinen, suuressa palveluyrityksessä puolestaan alkuinvestoinnit ovat huomattavasti suuremmat. Alkuinvestointien lisäksi yritys tarvitsee toimintansa pyörittämiseen käyttöpääomaa ennen kuin myynnistä syntyvää tulorahoitusta alkaa syntyä. Käyttöpääomaa tarvitaan muun muassa raaka-aineiden ja tarvikkeiden hankintaan sekä alkumarkkinointiin. Käyttöpääomaa varataan toiminnassa tarvittavien hankintojen lisäksi yrityksen perustamisesta aiheutuviin kuluihin sekä kassavirtoihin. Kassavirtoja varten on varattava riittävästi käyttöpääomaa, jotta yritys selviytyy tulevista maksuvelvoitteistaan ennen kuin tulot alkaa kertyä. Kassavarojen tulee riittää 2-3 kuukauden menoihin. (Osaava yrittäjä 2016.)

Aloittavan yrityksen rahoituslaskelma sisältää laskelman rahoituksen määrästä ja suunnitelman siitä, mistä rahoitus aiotaan hankkia. Laskelmassa on huomioitava myös tarvittavan käyttöpääoman määrä, joka lasketaan erittelemällä alkuvarastojen hankintaan, alkumarkkinointiin, perustamiskuluihin ja kassavirtoihin tarvittava rahamäärä ja laskemalla ne yhteen. Investointilaskelma on osa rahoituslaskelmaa. Investointilaskelmassa eritellään tarvittavat investoinnit ja niihin tarvittava rahoitus. Laskemalla investointeihin ja

käyttöpääomaan tarvittavat rahamäärät yhteen saadaan selville yritystoiminnan edellyttämä rahan tarve. (Osaava yrittäjä 2016.)

7.4 Hinnoittelu

Liiketoiminnan tehtävänä on tehdä myyntiä. Yrityksen suoritteet eli tuotteet tai palvelut on saatava myydyksi markkinoille ja syntyneet myyntitulot kassaan, jolloin suoritteiden myyntihintojen asettamisesta eli hinnoittelusta syntyy yksi yrityksen keskeisistä haasteista. Yritys voi hinnoitella tuotteensa tai palvelunsa vapaasti, mutta käytännössä hinnoitteluun vaikuttaa moni asia. Yrityksen kilpailuasema markkinoilla ja asiakkaan käsitys yrityksen tuotteen tai palvelun antamasta lisäarvosta ovat tärkeimmät hinnoittelua ohjaavat tekijät. Markkinoilla paljon esiintyviä tuotteita kutsutaan vakiotuotteiksi, jos niiden hinta asetetaan kilpailijoiden hinnoittelua korkeammalle, myynti jää todennäköisesti vähäiseksi. Mitä enemmän myytävä tuote eroaa kilpailijoiden tuotteista, sitä erikoistuneempi se on ja kyseisen tuotteen hinnoittelu on vapaampaa. Tuote on elinkaarensa alussa uutuustuote ja se usein hinnoitellaan halvemmaksi myynnin käynnistämiseksi, joten tuotteen elinkaari vaikuttaa tuotteiden hinnoitteluun myös. Viime kädessä markkinat määrittelevät tuotteiden hinnat, sillä tuotteen oikea hinta on se, mitä asiakas siitä suostuu maksamaan. (Mäenpää 2015, 27-28; Eklund & Kekkonen 2014, 102-103.)

Yrityksen on pyrittävä asettamaan suoritteensa tavoitehintaa sellaiseksi, että se voi saavuttaa taloudelliset tavoitteensa ja menestyä markkinakilpailussa. Suoritteen tuottamiskustannukset on määriteltävä ja asetettava niiden hinta siten, että se kattaa tuottamiskustannukset ja huomioi yrityksen kannattavuus- ja kilpailukykytavoitteet. (Neilimo & Uusi-Rauva 2009, 185.) Erilaisten alennusten antaminen asiakkaille suoritteiden myyntihinnasta on yleistä, annettava alennus voi olla ratkaisevassa asemassa asiakkaan ostopäätöksessä. Alennukset on kuitenkin huomioitava jo suoritteen hinnoitteluvaiheessa, koska alennuksen määrä on suoraan pois suoritteen katteesta. Tyypillisimpiä alennuksia ovat esimerkiksi paljousalennukset ja kanta-asiakasalennukset. Hinnoittelussa alennukset voidaan huomioida esimerkiksi siten, että laskelmien pohjalta selvitetään niiden merkitys yritykselle. Jos annetut alennukset ovat olleet keskimäärin 3 prosenttia suoritteiden

myyntihinnasta, tämä otetaan huomioon lisäämällä alennuksen määrä suoritteiden hintoihin. Tällä tavoin yrityksen tulostavoitetaso on mahdollista saavuttaa annetuista alennuksista huolimatta. (Söderström ym. 2017, 92.)

Kustannusperusteinen hinnoittelu tukeutuu kustannuslaskennan tietoihin. Markkinaperusteinen hinnoittelu pohjautuu puolestaan vallitsevaan markkinahintatasoon. (Neilimo & Uusi-Rauva 2009, 185.) Kustannusperusteisen hinnoittelun lähtökohtana on se, että tavaroiden ja palveluiden tuottamiseen sitoutuu kustannuksia. Tavaroiden tuottamiseen tarvitaan raaka-aineita, tuotantovälineitä, toimitilat ja työvoimaa. Palveluiden tuottamisessa suurin kustannuserä syntyy työvoimasta, lisäksi toimitilat sekä laitteet ja tarvikkeet synnyttävät kustannuksia. Välittömiksi kustannuksiksi kutsutaan niitä kustannuksia, jotka voidaan kohdistaa suoraan tietylle tuotteelle tai palvelulle. Välillisiä kustannuksia puolestaan ovat ne kustannukset, jotka palvelevat useita tuotteita ja palveluja. Välillisten kustannusten määrä yhdelle tuotteelle arvioidaan laskennallisesti, eli ne voidaan jyvittää tuotteille. Markkinaperusteisessa hinnoittelussa tavarat ja palvelut hinnoitellaan sen mukaan, mitä markkinat ovat niistä valmiita maksamaan. Kun markkinat määrittävät suoritteiden hinnat, on yrityksen pystyttävä tuottamaan ne sellaisilla kustannuksilla, että markkinahinta kattaa kustannukset ja jättää riittävän katteen. (Mäenpää 2015, 30-32.)

Liiketoimintapalveluiksi (business services) kutsutaan asiakkaille tarjolla olevia palveluita. Palvelut tulee nimetä yrityksen palveluluettelossa niin, että asiakas ymmärtää, millaisesta palvelusta on kyse. Palvelun sisällön kuvauksesta tulee ilmetä mitä palveluun sisältyy ja mitä se maksaa. Palvelun hinnoittelussa sen kustannusrakenteeseen sisällytetään kaikki sen tuottamiseen liittyvät kustannukset. (Myllymäki 2019, 53-54.) Usein palveluyrittäjien hinnoittelu on tuntiperusteista, jolloin on mietittävä, kuinka paljon yrittäjä voi tehdä laskutettavaa työtä. Kun kokonaiskustannukset jaetaan laskutettavien tuntien määrällä, saadaan laskettua tuntiveloitus. Tuntimäärän laskemisessa tulee huomioida todellinen toiminta-aste. (Eklund & Kekkonen 2014, 114.)

7.5 Talouden suunnittelu

Liiketoiminnan kannattavuus on yrityksen elinehto. Kannattavuudella tarkoitetaan, että liiketoiminnassa on tuloja enemmän kuin menoja, eli yritys tuottaa voittoa. Yrityksen tulisi olla niin kannattava, että se pystyisi maksamaan tuottoa omistajiensa sijoittamalle pääomalle. (Mäenpää 2015, 67.) Mitä enemmän yritys tuottaa voittoa, sitä kannattavampi se on. Kannattavuutta voidaan ilmaista esimerkiksi absoluuttisena kannattavuutena, mikä kertoo yrityksen euromääräisen voiton tai tappion tietyssä ajanjaksona. (Tomperi 2018, 23.)

Yrityksen talouden suunnittelu on osa sen liiketoiminnan kokonaissuunnittelua, ja budjetointi on yksi työkalu sen toteuttamiseen. Talouden suunnittelussa tulevalle kaudelle suunnitellut toimenpiteet muutetaan budjeteissa rahaksi. Tavoitteena on saavuttaa mahdollisimman edullinen taloudellinen tulos toimenpiteiden toteuttamiseksi. Yrityksen taloutta on mahdollista seurata lakisääteisen kirjanpidon avulla, mutta haasteena on se, että kirjanpidossa rekisteröidään jo tapahtuneita asioita ja niihin ei jälkikäteen enää pystytä vaikuttamaan. Budjetoinnissa asioita mietitään etukäteen, joten laskelmat näyttäivät heti, ovatko tavoitteet ja niiden saavuttamiseksi tarvittavat resurssit mitoitettu tuloksellisesti. Jos laskelmat näyttäivät epäsuotuisilta, niitä voidaan muuttaa ja tarkastella uudelleen. (Syvänperä & Lindfors 2014, 10.)

Budjettikautena pidetään normaalisti tilikautta. Yrityksen strategia toimii pohjana tulevien kausien budjettien suunnittelulle, sillä yksittäisen kauden budjetin tulee tukea yrityksen pidemmän aikavälin suunnitelmien toteutumista, jotta yrityksen kilpailukyky säilyy. Budjettien laadintaan tarvitaan paljon erilaista tietoa sekä yrityksen omasta toiminnasta että sen ulkopuolelta, esimerkiksi toimintaympäristön muutoksista. Budjettien laadinnassa tulee huomioida myös yrityksen henkilöstö niin, että he tuntevat voivansa sitoutua niissä asetettuihin tavoitteisiin. Budjettien pilkkominen ajallisesti pienempiin osiin, esimerkiksi kuukausi- tai neljännesvuositasolle, helpottaa suunnitelmien toteutumisen seuranta. (Syvänperä & Lindfors 2014, 11-12.)

Yleisesti käytettyjä budjetointitapoja ovat kiinteä, tarkistettava, rullaava ja liukuva budjetti. Kiinteä budjetti laaditaan ennen tilikauden alkua koko seuraavaksi tilikaudeksi ja

toteutuneita lukuja tarkastellaan alkuperäistä budjettia vasten. Tarkistettava budjetti laaditaan samoin kuin kiinteä, mutta siihen tehdään tarkistuksia tilikauden aikana, jolloin siinä huomioidaan tilikauden aikana ulkoisissa olosuhteissa tapahtuneita muutoksia. Rullaava budjetti eroaa tarkistettavasta siinä, että budjetoitavan kauden päätöstä siirretään jatkuvasti eteenpäin, eli jokaisen kauden jälkeen budjettiin sisällytetään uusi budjetoitava kausi. Malli sopii voimakkaasti muuttuvilla markkinoilla toimiville yrityksille. Liukuvan budjetin tarkoituksena on muuttua koko ajan toteutuvan toiminta-asteen mukaan. Siinä kiinteät kulut on budjetoitu vakiomääräisenä, mutta muuttuvat kulut jätetään riippumaan toteutuneesta toimista-asteesta. (Syvänperä & Lindfors 2014, 15.)

Katetuottolaskennan avulla selvitetään yrityksen tekemä tulos, jossa kriittinen piste kertoo, milloin toiminta muuttuu kannattavaksi. Kriittinen piste on saavutettu silloin, kun myynti ja kustannukset ovat yhtä suuret, eli tulos on nolla. Kriittisen pisteen avulla pystytään selvittämään yrityksen kulurakennetta, kun sen avulla selvitetään kulut kattavan liikevaihdon määrä. (Hesso 2015, 167; Söderström, Stenbacka & Mäkinen 2017, 48.)

8 Liiketoimintasuunnitelma perustettavalle yritykselle X

8.1 Perustiedot

Liiketoimintasuunnitelma on laadittu koirien turkinhoito- ja trimmauspalveluita tuottavalle yritykselle, jonka toiminta ei ole vielä alkanut. Yrityksen toimiala kuuluu toimialaluokituksen mukaan muihin henkilökohtaisiin palveluihin ja sen alla muualla luokittelemattomiin henkilökohtaisiin palveluihin (TOL 96090) ja sen yhtiömuoto on osakeyhtiö. Yritys X:n liiketoimintasuunnitelmassa kuvataan yrityksen toiminta ja tavoitteet sekä esitetään rahoituslaskelma, tulossuunnitelma ja pohditaan palvelun hinnoittelua.

Yrittäjä on harrastusmielessä trimmannut pieniä karkeakarvaisia terriereitä melkein kymmenen vuoden ajan, joten trimmaaminen on nyppien trimmaamisen osalta tuttua. Innostus trimmaamiseen on lähtenyt oman ensimmäisen koiran turkinhoidollisten tarpeiden innoittamana. Yrittäjällä on hyvät valmiudet yrityksen perustamiseen ja liiketoiminnan harjoittamiseen. Kokemusta koirien parissa toimimisesta ja harrastamisesta on vuosien aikana

kertynyt paljon, erityisesti näyttelyharrastuksen kautta. Halu ja tarve kehittyä vievät yrittäjää eteenpäin kohti tavoitteitaan trimmaajana. Lisäksi työkokemus kirjanpitäjänä edesauttaa yritystoiminnan pyörittämistä sen taloushallinnon osa-alueilla.

Vuosien aikana karttunut kokemus trimmaamisesta ja innostus koirien parissa toimimiseen ovat saaneet aikaan idean yrityksen perustamisesta, joka on jo vuosia pyörinyt mielessä. Yritystoiminta aloitetaan sivutoimisena, koska yrittäjällä on kokopäivätyö. Yritystoiminnan tarkoituksena on sekä ylläpitää että kehittää yrittäjän trimmaustaitoja ja mahdollistaa lisätulojen hankinta harrastuksen kautta.

8.2 Liikeidea

Yritys X:n liikeideana on tuottaa ammattitaidolla koirien turkinhoito- ja trimmauspalveluita Keski-Karjalassa. Palvelut on tarkoitettu kaiken rotuisille koirille niiden ikään ja kokoon katsomatta. Palvelut toteutetaan ammattitaitoisesti, koiranomistajan toiveita kuunnellen ja koiran hyvinvointi edellä.

Yrityksen liikeidea toteutetaan myös ekologisten ja eettisten arvojen pohjalta. Ekologisten ja eettisten toimintaperiaatteiden tarkoituksena on luoda mahdollisimman luonnonmukainen ja myrkytön ympäristö, missä yritys tuottaa palveluitaan.

8.3 Visio, arvot ja strategia

Yritys X:n visiona on olla pidetty ja arvostettu trimmaamo Keski-Karjalassa, jonka palveluntarjontaan kuuluu lähitulevaisuudessa pienimuotoisen tarvikemyynnin ohella myös koirahieronta. Asiakkaiden koirien trimmaaminen ja turkinhoito suoritetaan ammattitaidolla, asiakkaan toiveet kuunnellen ja koiran hyvinvointi edellä minimoiden turkinhoidon aiheuttama stressi. Yritys X on tulevaisuudessa erikoistunut näyttelytrimmauksiin. Näyttelytrimmaukset on mahdollista toteuttaa usealle eri rodulle. Asiakaskunta on vuosien aikana vakiintunut ja asiakkaita on ympäri Keski-Karjalaa, jotka kerta toisensa jälkeen tuovat koiransa trimmattavaksi Yritys X:lle. Yrittäjän halu kouluttautumiseen ja

ammattitaidon jatkuva kehittäminen antaa yritystoiminnan kehittämislle ja eteenpäin viemiselle, päämäärien saavuttamista unohtamatta, hyvän pohjan.

Koirien hyvinvointi, ekologisuus ja eettisyys ovat yritys X:n tärkeimpiä arvoja. Trimmaukset ja turkinhoidon toimenpiteet suoritetaan koiran turkinlaadun vaatimalla tavalla, koira kuunnellen ja sen hyvinvointi edellä, jos koiran turkki ei ole trimmattavassa kunnossa, kuten nypittävästä turkista karva ei lähde helposti irti, silloin koira ei trimmata vaan sovitaan trimmaukselle uusi ajankohta. Ekologisuus ja eettisyys yrityksen toiminnassa näkyvät niin, että toiminnassa käytetään mahdollisimman luonnonmukaisia ja myrkyttömiä tuotteita, kierrätetään jätteet oikeaoppisesti ja suositetaan esimerkiksi saksien te-roituspalvelua sen sijaan, että ostetaan uudet tylsyneiden tilalle. Tarvikemyynissä tarvikkeiden valmistuksen alkuperään ja valmistuksessa käytettyihin ainesosiin kiinnitetään erityistä huomiota. Tuotteiden tulee olla kestäviä ja laadukkaita ja ne on hankittu mahdollisuuksien mukaan muilta paikallisilta yrittäjiltä. Shampoot, hoitoaineet ja kaikki muut toiminnassa käytettävät pesuaineet ovat luonnollisista ainesosista valmistettuja, ilman ylimääräisiä kemiallisia ainesosia. Luonnonmukaisesti ja eettisesti valmistetut tuotteet rasittavat vähemmän luontoa ja koirien turkin ja ihon kautta saama kemikaalikuorma vähentyy. Yrityksen on tarkoitus kantaa osaltaan pieni kortensa kekoon ympäristövaikutusten osalta.

8.4 Yritystoiminnan tavoitteet

Yritystoiminnan tavoitteena on tarjota koiranomistajille ammattitaitoista koirien trimmaus- ja turkinhoitopalvelua. Tulevaisuuden tavoitteena on kasvattaa palveluita myös tarjoamalla koirahierontaa ja mahdollisuuksien mukaan tarvikemyyntiä myymällä laadukkaita ja luonnonmukaisia turkinhoitotuotteita.

Yritystoiminnan tavoitteina yrittäjälle ovat lisätulojen hankkiminen harrastuksensa kautta ja yrittäjän tietojen ja taitojen kehittäminen koirien turkinhoidon parissa. Tavoitteena on kasvattaa ja kehittää yritystoimintaa pikkuhiljaa vuosien edetessä. Ensimmäiset kaksi vuotta keskitytään yrittäjän ammatilliseen kehittymiseen ja lisätään asiakasmäärää maltillisesti.

9 Yritys X toimintaympäristössään

Yritys X:n toimitilat sijaitsevat Kiteen taajamassa ja sen pääsääntöisenä markkina-alueenaan on Keski-Karjalan (Kitee, Tohmajärvi ja Rääkkylä) alue. Yrityksen asiakkaita ovat koiranomistajat, erityisesti säännöllistä trimmausta tarvitsevien koirien omistajat. Keski-Karjalassa toimii muitakin alan yrityksiä, mutta trimmaajat ovat usein ylityöllistettyjä ja useilla tilanne on sellainen, etteivät pysty ottamaan vastaan uusia asiakkaita. Uusi toimialan yritys luo hieman kilpailua, mutta kuitenkin enemmän helpotusta koiranomistajien haastavaan tilanteeseen löytää koiralleen trimmaaja.

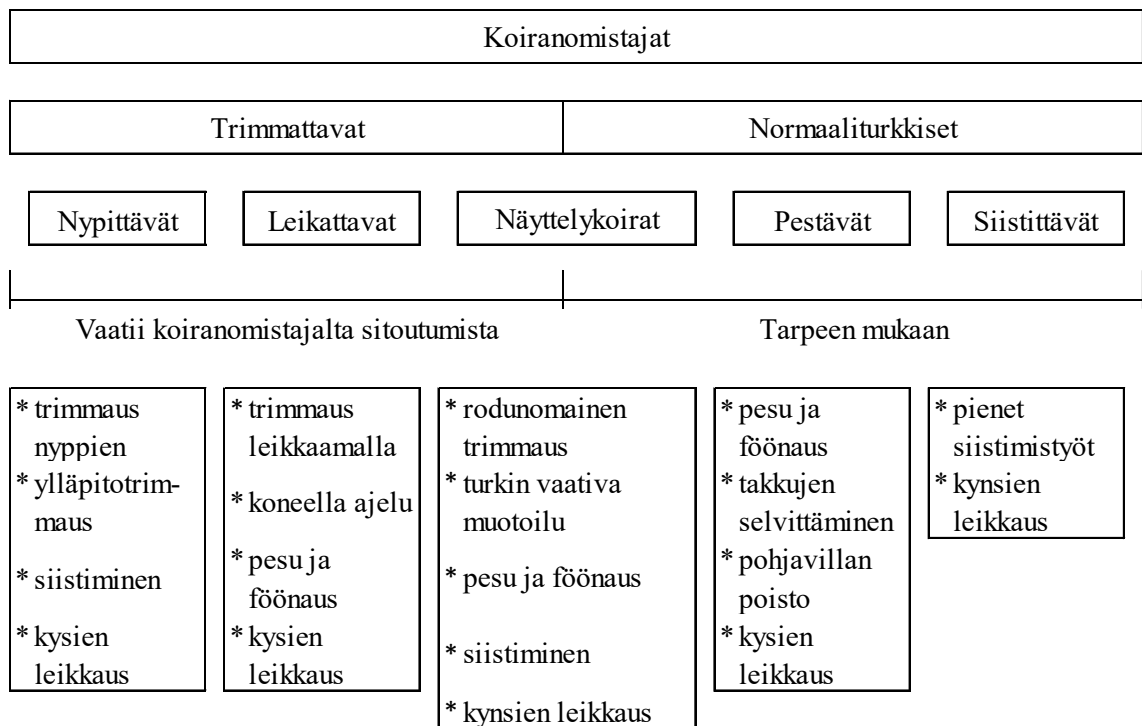
Suomessa on noin 700 000 koira, joista Suomen Kennelliittoon rekisteröityjä rotukoiria on arviolta 70-75 prosenttia, koirarotuja Suomessa on yli 300. Vuosittain Suomessa rekisteröidään noin 50 000 koira. Vuonna 2019 Suomen 100 suosituimman rodun listalta voidaan löytää trimmattavia koirarotuja jo listan alkupuolelta lähtien (suluissa on ilmoitettu vuoden 2019 rekisteröintimäärä):

- 8. jackrussellinterrieri (864)
- 11. kääpiösnautseri (741)
- 15. karkeakarvainen mäyräkoira (635)
- 23. kääpiövillakoira (466)
- 35. lagotto romagnolo (355)
- 43. parsonrussellinterrieri (283)
- 46. cairnterrieri (272) (Suomen Kennelliitto 2020.)

9.1 Asiakkaat, asiakkaan sitoutuminen ja palvelut

Koiranomistajan vastuulla on koiran hyvinvoinnista huolehtiminen. Koira tarvitsee päivittäin ravintoa ja liikuntaa sekä sopivat tilat, jotka omistajan on sille tarjottava. Koira hankittaessa ja rotuvalintaa tehdessä on otettava huomioon myös tulevan koiran turkinhoidon vaatimukset, koirarotuja on paljon ja niin on erilaisia turkkejakin. Koiran rodunomainen turkinhoito on osa koiran hyvinvoinnista huolehtimista, oikeaoppinen turkinhoito pitää koiran turkin rodunomaisessa kunnossa ja ihon terveenä, mikä edesauttaa koiran hyvinvointia.

Koiran turkin trimmaamisen yksi tarkoitus on ylläpitää koiran rodunomaista ulkomuotoa trimmaten se leikaten tai nyppien. Trimmauksen tarkoituksena kuitenkin ei ole pelkääntään koiran ulkomuodon tuottama silmänilo, vaan trimmaaminen on myös hyvin tärkeä osa koiran hyvinvoinnista huolehtimista. Trimmattavien rotujen turkinhoidossa on otettava huomioon, kuinka turkki tulee trimmata: nyppien vai leikkaamalla, ja kuinka usein trimmaus tulee tehdä. Nypittävää turkkia ei tule leikata, koska se pilaa karvan laadun ja karkean turkin tarkoituksenmukaisen sään kestävyuden, eikä leikattavaa turkkia tule nyppiä, koska karvan ei ole tarkoitus lähteä nyppien irti vaan se lyhennetään leikkaamalla. Muiden turkkirotujen osalta on kiinnitettävä huomiota erityisesti turkin hoitotoimenpiteisiin, kuinka usein turkki tulee pestä ja kammata takuttomaksi. Useilla turkkiroduilla karvapeite on pitkää, mikä takkuuntuu ja kerää likaa ympäristöstä helposti. Turkinhoidon laiminlyönti edesauttaa esimerkiksi iho-ongelmien synnyssä.



Kuvio 11. Yritys X:n asiakassegmentointi ja palvelut.

Kuviossa 11 on esitetty yrityksen asiakasryhmät ja eri asiakasryhmille suunnattuja yrityksen tuottamia palveluita. Asiakkaalle tarve koirien trimmaus- ja turkinhoitopalveluille voi syntyä jo ennen koiran hankintaa, sillä koira hankittaessa tulee miettiä koiran turkinhoidon tarvetta. Erityisesti jos hankitaan trimmattava koira, on syytä etsiä koiralleen trimmaaja jo etukäteen. Jos koiranomistaja haluaa viedä koiransa näyttelyyn, mutta hänellä ei

ole valmiuksia hoitaa koiransa turkkia näyttelyä varten, on trimmaajan palvelut ajankoh-
taisia. Koiranomistaja voi halutessaan tarjota koiralleen myös hemmotteluhetken turkin-
hoidon parissa tai tarvita apua koiransa kynsien leikkaamisessa, jolloin trimmaaja pystyy
auttamaan asiakasta.

Yrityksen asiakaskohderyhmänä ovat koiranomistajat, jotka jaetaan heidän omistamansa
koiran turkinhoidon vaatimusten perusteella trimmattaviin ja niin sanottuihin normaali-
turkkisiin koiriin. Koiran turkki siis määrittää, mihin asiakasryhmään asiakas kuuluu.
Koiranomistaja voi omistaa eri rotuisia koiria ja näin ollen kuulua useampaan asiakasryh-
mään. Trimmattavat koirat jaetaan sen mukaan, millä tavalla turkki trimmataan, joko ny-
pittäviin tai leikattaviin. Nyppien trimmattavasta turkista poistetaan kuollut karva sor-
milla nyppien, että uusi karva pääsee kasvamaan kuolleen tilalle. Nypittävän turkin
omaavilla koirilla ei ole karvanlähtöä, niin karva tulee poistaa nyppien. Nypittäviin koi-
riin kuuluvat muun muassa pienet karkeakarvaiset terrierit ja snautserit. Leikaten trim-
mattavien koirien turkki on usein pehmeää, joka takkuuntuu ja likaantuu helposti. Hoita-
mattomana pehmeä turkki huopaantuu ja estää koiran ihoa hengittämästä ja se voi
aiheuttaa pahojakin iho-ongelmia. Takkuuntuva turkki tulee pestä, kammata ja siistiä
säännöllisesti, jotta turkki kestää takuttomana ja puhtaana. Leikaten trimmattavan koiran
turkki trimmataan aina puhtaana. Leikaten trimmattavia koiria ovat esimerkiksi villakoi-
rat.

Normaaliturkkiset koirat jaetaan pestäviin ja siistittäviin koiriin. Normaaliturkkisella koi-
ralla on karvanlähtö yleensä kaksi kertaa vuodessa, jolloin se vaihtaa karvansa itsestään.
Juuri karvanlähdon aikaan koiran perusteellinen pesu ja föönaus auttaa irtoavaa karvaa
lähtemään paremmin ja perusteellisemmin irti. Normaaliturkkisten koirien siistiminen on
ajankohtaista usein keväisin, kun rapa alkaa roiskua ulkona. Ylimääräiset karvat tulee
siistiä ja leikata pois ainakin tassuista. Pitkät tassukarvat antavat hyvät olosuhteet kos-
teilla keleillä bakteereiden kasvulle ja se altistaa koiraa esimerkiksi hiivatulehdukselle.

Näyttelykoirien turkinhoito vaatii kotikoiraan verrattuna enemmän panostusta. Näyttely-
koiran turkki tulee pitää rodunomaisessa ulkomuodossa jopa ympäri vuoden, riippuen
siitä, kuinka usein koiraa näyttelyissä käytetään. Trimmattavan koiran turkkia tulee trim-
mata useammin ja normaaliturkkisen koiran turkkia pestä, siistiä ja huoltaa huomattavasti
useammin kuin kotikoiran turkkia.

Koirien hyvinvointi on omistajilleen tärkeää ja siihen ollaan valmiita panostamaan. Trimmattavien koirien turkki tulee trimmata säännöllisesti koiran hyvinvoinnin takaamiseksi ja se on osa koiran perushoitoa. Trimmattavan koiran omistaja sitoutuu trimmaajan palveluihin tällöin huomattavasti paremmin kuin normaaliturkkisen koiran omistaja. Trimmattavan koiran omistajalla tarve palvelulle on säännöllistä, kun normaaliturkkisen koiran omistaja voi käyttää palveluita tarpeen mukaan. Näyttelykoirien omistajien sitoutuminen riippuu siitä, kuinka usein koira käytetään näyttelyissä. Usein näyttelyissä käyvän koiran turkkia tulee luonnollisesti hoitaa säännöllisemmin kuin sellaisen koiran, joka käy näyttelyissä harvakseltaan tai vaikka vain kerran elämässään.

Nypittävät rodut trimmataan nyppien ja leikaten trimmattavien koirien turkki trimmataan joko saksilla tai koneella leikaten. Leikaten trimmattavan koiran asiakas voi tuoda trimmaukseen joko niin, että hän pesee ja föönaa koiransa itse valmiiksi tai koiran pesu hoidetaan trimmaajan toimesta. Koiran pesusta sovitaan aina etukäteen ennen trimmaukseen tuloa. Koiranomistajan toiveet otetaan huomioon siitä, millainen turkki hänellä on koiralleen toiveena ja se toteutetaan mahdollisuuksien mukaan. Kynsien leikkaaminen on mahdollista sisällyttää jokaiseen palveluun, mutta siitä on sovittava erikseen.

Normaaliturkkisille koirille on tarjolla pesupalvelu, jossa koira pestään ja föönillä kuivaksi. Pesussa kiinnitetään huomiota koiran karvanlaatuun ja valitaan pesuaine sen mukaan. Erityisesti rapakelien aikaan koiran turkki on hyvä pestä säännöllisesti lian poistamiseksi turkista. Koiran liika pohjavilla voidaan poistaa, mikä auttaa koiran hyvinvointia esimerkiksi kesähelteillä, pohjavillan poistaminen auttaa myös karvanlähdön aikaan niin koira itseään kuin omistajaa, kun karvaa ei irtoa koirasta koko ajan. Koiran siistiminen sisältää tassu-, pää- ja korvakarvojen sekä peräpään ja hännän siistimisen. Erityisesti keväisin ja syksyisin kosteiden kielten aikaan koiran tassukarvat on hyvä pitää lyhyinä, ettei kosteus pääse muhimaan koiran tassuissa anturoiden välissä ja aiheuta esimerkiksi hiiva-tulehdusta.

Näyttelykoirille suunnattuihin palveluihin kuuluvat koiran turkin trimmaaminen ja muotoilu rodunomaiseen muotoon, joko nyppien tai leikaten. Normaaliturkkiselle näyttelykoiralle pesu ja föönaus sekä turkin siistiminen. Näyttelykoiran viimeistellyllä trimmauksella ja siistimisellä pyritään korostamaan koiran ulkomuodossa sen parhaita puolia.

9.2 SWOT-analyysi

SWOT-analyysissä kuvataan Yritys X:n sisäiset vahvuudet ja heikkoudet sekä ulkoiset mahdollisuudet ja uhat. SWOT-analyysi on hyvä työkalu ennen liiketoiminnan aloittamista, koska sen avulla yrittäjä tulee pohtimaan mahdollisia haasteita liiketoiminnassaan jo etukäteen. Analyysin yhteydessä on myös pohdittu keinoja, kuinka esimerkiksi heikkouksia kehitetään ja ulkoisiin uhkiin ja riskeihin varaudutaan. Kuviossa 12 on esitetty yrityksen SWOT-analyysin pääkohdat.

Vahvuudet (Strengths)	Heikkoudet (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - Ammattitaito ja kokemus nyppien trimmaamisesta - Koirakokemus, myös koiranäyttelyt, halu toimia koirien parissa - Halu kehittyä, valmis kouluttautumaan ja opettelemaan uutta, yrittäjämäinen asenne ja kokemus asiakaspalvelusta - Taloushallinnon ja yritystoiminnan osaaminen - Yrittäjämäinen asenne - Ekologinen ja eettinen ajattelu yritystoiminnassa 	<ul style="list-style-type: none"> - Yksipuolinen rotukokemus trimmauksessa, saksin ja koneella trimmattavien turkkien vähäinen käsittely - Toimitilojen rajallisuus - Ajan rajallisuus (palkkatyö)
Mahdollisuudet (Opportunities)	Uhat (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - Koirabisneksen kasvamisen myötä koiranomistajilla tarve yhä laajemmalle tarjonnalle - Koiramäärien kasvu ja koiran aseman muuttuminen yhteiskunnassa (ihmisten kulutustottumusten muuttuminen) - Ekologisuus ja eettisyys trendinä (ekologisen ja eettisen yritystoiminnan arvostaminen) 	<ul style="list-style-type: none"> - Koiran arvaamaton käyttäytyminen - Koirabisneksen kasvu, kilpailijoiden lisääntyminen - Yleinen taloustilanne, vieläkö koirien omistajat käyttävät ylimääräistä rahaa koiransa hyvinvointiin? - Odottamattomat maailman mullistukset

Kuvio 12. Yritys X:n SWOT-analyysi.

Sisäiset vahvuudet

Sisäisistä vahvuuksista yritystoiminnassa vahvimmat ovat yrittäjälle jo kertynyt kokemus nyppien trimmaamisesta ja koirien parissa harrastaminen, erityisesti koiranäyttelyissä käyminen, mikä edesauttaa trimmaajan työtä. Näyttelyissä on paljon koiria, joista useimmat on huoliteltu viimeisen päälle rodunomaiseen ulkomuotoon, joten näyttelyissä käyminen antaa hyvän pohjan käsitykselle, miltä minkäkin rodun edustajan pitäisi näyttää. Näyttelyissä on paikalla pitkään oman rotunsa parissa harrastaneita ihmisiä ja heidän

kauttaan eri rotuihin tutustuminen on lisännyt tietoa eri rotujen trimmauksesta ja turkinhoidon vaatimuksista.

Sisäinen halu kehittää omia taitojaan vie yrittäjää kohti tavoitteitaan kehittyä yhä paremmaksi ja taitavammaksi trimmaajaksi. Kouluttautuminen ja rohkea asenne uuden oppettamiseen mahdollistavat kehittymisen. Monet rotuyhdistykset tarjoavat trimmauskursseja, missä keskitytään ainoastaan tietyn rodun trimmaukseen. Nämä ovat hyviä kanavia ammattitaidon kehittämiseen. Palveluyrityksen pyörittämiseksi asiakaspalvelukokemusta yrittäjälle on kertynyt aiempien töitten lomassa ja nykyinen työ kirjanpitäjänä mahdollistaa omankin yrityksen taloushallinnon asioiden pyörittämisen niin, että ulkopuolista apua ei siihen tarvita.

Ekologinen ja eettinen ajattelutapa on yritykselle etu, koska ihmiset arvostavat tällaisen ajattelutavan ja toiminnan nykyisin yhä vain korkeammalle. Yrittäjällä on aito halu kiinnittää huomiota myös ekologisiin ja eettisiin asioihin liiketoiminnassaan sekä suosia mahdollisimman paljon kotimaisia ja paikallisia tuottajia suurten ketjujen sijaan.

Sisäiset heikkoudet

Trimmaukseen innostus on lähtenyt nimenomaan nyppien trimmaamisesta, mutta leikaten trimmattavien rotujen käsittely on jäänyt vähäiseksi ja näitä trimmaustaitoja tulee kehittää huomattavasti lisää. Taitoa kehitetään rohkeasti tekemällä trimmauksia, koska parhaiten oppii tekemällä. Leikaten trimmattavien rotujen trimmaukseen perehdytään myös lisäkouluttautumisen kautta.

Yrityksen toimitilat sijaitsevat yrittäjän kotona ja tilat ovat hyvin rajalliset, joten esimerkiksi tarvikemyynille ei ole tilaa. Suurikokoisten koirien peseminen tulee olemaan haastavaa, mutta mahdollista kuitenkin niin, että pesun ja föönauksen voi sisällyttää yrityksen palvelutarjontaan myös isommille koirille. Yritystoiminnan kannalta haasteeksi muodostuu myös yrittäjän kokopäivätyö, joten yritystoiminta aloitetaan sivutoimimisena. Yrittäjä tekee trimmauksia oman vapaa-aikansa puitteissa, mutta riittääkö se liiketoiminnan kannattavaan pyörittämiseen?

Ulkoiset mahdollisuudet

Koirabisneksen kasvun myötä koirille suunnattujen palveluiden tarjonta on laajentunut ja kasvanut huomasti sekä koiranomistajien kiinnostus niitä kohtaan. Koiran hyvinvointiin panostaminen on useille koiranomistajille erittäin tärkeää, sillä ovathan koirat osa perhettä. Trimmaus- ja turkinhoitopalveluita voivat käyttää myös koiranomistajat, joilla ei ole säännöllistä trimmausta vaativaa koiraa, trimmaajan tarjoamat palvelut helpottavat koiranomistajan elämää ja säästää hänen aikaansa, kun esimerkiksi koiran pesua ja föönausta ei tarvitse tehdä itse.

Koiramäärien kasvu Suomessa tarjoaa myös koko ajan lisää potentiaalisia asiakkaita. Ekologinen ja eettinen ajattelu myös liike-elämässä on kasvattanut suosiotaan viime vuosina hurjaa vauhtia, joita myös asiakkaat alkavat vaatia koko ajan enemmän. Ekologinen ja eettinen ajattelumalli liiketoiminnassa tarjoaa asiakkailleen lisäarvoa, mutta vaatii myös yrittäjältä panostusta, kun esimerkiksi luonnonmukaisuuden kriteerit täyttävät pesuaineet on etsittävä ja tutustuttava tuotteiden sisältöihin huolella. Tässä on riskinä joutua ainoastaan mainonnan uhriksi, jos aivan sokeana uskoo mainoslauseita.

Ulkoiset uhat

Kun työskennellään koirien kanssa, on muistettava, että ne ovat eläimiä ja käyttäytyminen voi olla arvaamatonta. Turkinhoidon ja trimmauksen merkeissä vietetty aika koiran kanssa on hyvin pieni ja on mahdotonta tutustua koiraan läpikotaisin, joten koiranomistajan kanssa on käytävä läpi ennen toimenpidettä myös koiran käyttäytymiseen liittyviä asioita. On pystyttävä avoimesti kertomaan koirastaan ja sen erityistarpeista/-piirteistä. Uhka piilee, jos avoimuus ei toteudu.

Koirabisneksen kasvamisen voi nähdä myös uhkana liiketoiminnalle, koska kasvavat markkinat tarjoavat uusille yrityksille ideoita ja mahdollisuuksia ja pienellä paikkakunnallakin kilpailu voi kasvaa ja asiakkaita siirtyä kilpailijan palveluiden pariin, vaikka koiranomistajat pääsääntöisesti ovat asiakkaina hyvin sitoutuneita. Samalla yleinen taloustilanne voi vaikuttaa koiranomistajien kuluttamiseen. Koiranomistajat usein kuluttavat ylimääräiset rahat koiransa hyvinvoinnista huolehtimiseen, niin kortin kääntöpuolena voi

olla, että kuluja karsittaessa ensin karsitaan koiran ylimääräisistä hoitokustannuksista, kuten sen turkinhoitopalveluista, jos esimerkiksi trimmaus ei ole välttämätöntä tai opetellaan turkinhoitotoimenpiteet tekemään itse.

Maailman on moninainen ja ihmeellinen paikka, mikä voi tarjota odottamattomia ja kauaskantoisia tapahtumia. Alkuvuosi 2020 on tarjonnut sellaisen, kun koronavirusepidemia on miltei pysäyttänyt maailman ja saattanut monet yrittäjät ahdinkoon, kun ihmiset ovat lopettaneet palveluihin kuluttamisen. Ennalta varautuminen pandemian aiheuttamiin yllättäviin olosuhteisiin on miltei mahdotonta, mutta taloudellista turvaa antaa se, että yrittäjä on tietoinen yrityksen käyttöpääoman määrästä ja pyrkii, että rahaa on sen verran, että muutaman kuukauden menot pystytään sillä kattamaan vaikkei tuloja juuri olisi.

10 Yritys X:n taloudelliset resurssit

Yritystoiminnan taloudellisia resursseja on käsitelty taloushallinnon osa-alueiden ja laskelmien pohjalta. Rahoituslaskelman tavoitteena on selvittää yritystoiminnan alussa tarvittavan pääoman määrä, jotta laite- ja tarvikehankinnat saadaan tehtyä. Rahoituslaskelman pohjalta pohditaan, kuinka rahoituksen tarve rahoitetaan. Tulossuunnitelman tavoitteena on selvittää tarvittavan myynnin määrä, jotta toiminnan pakolliset kulut tulee katettua. Kun vähimmäismyynti on selvillä, voidaan asettaa tulostavoite siltä pohjalta, kuinka paljon yrittäjällä on ajallisia resursseja käytössään sivutoimisen yritystoiminnan pyörittämiseen.

10.1 Taloushallinto

Yritys X on kirjanpitovelvollinen harjoittamastaan liiketoiminnasta. Kirjanpito toteutetaan kahdenkertaisena hyödyntäen yrittäjän omaa ammattitaitoa kirjanpitäjänä, joten kirjanpito ja muut taloushallinnon velvoitteet hoituvat yrittäjältä itseltään. Myös tilinpäätösasiat hoituvat yrittäjän omasta toimesta eikä ulkopuolista kirjanpitäjää tarvita.

Yritys X ilmoittautuu oma-aloitteisesti arvonlisäverovelvolliseksi harjoittamastaan liiketoiminnasta vaikka 10 000 euron liikevaihdon raja ei tilikauden aikana ylittyisikään. Alarajahuojennuksen ansiosta yritys voi hakea maksamansa ylimääräiset arvonlisäverot takaisin, jos liikevaihdon määrä jää vähäisen liiketoiminnan rajan alle. Kun arvonlisäverovelvolliseksi on kertaalleen ilmoittautunut, ei tarvitse miettiä liikevaihdon määrää jatkossa, kun liiketoiminta laajenee. Arvonlisäveroilmoituksen tehdään neljännesvuosittain.

10.2 Rahoituslaskelma

Rahoituslaskelman tarkoituksena on selvittää yritystoiminnan alussa tarvittavan pääoman määrä. Pääomalla rahoitetaan tarvittavat laite- ja tarvikkehankinnat sekä toimitilojen suunnitellut muutostyöt. Laite- ja tarvikkehankinnoista on tehty erillinen alustava suunnitelma ja ne hankitaan samalta toimittajalta, hankintahinnat on selvitetty toimittajan internet-sivuilta. Osa toiminnan alussa tarvittavista laitteista ja tarvikkeista löytyvät yrittäjältä jo valmiiksi.

Toimitilat sijaitsevat yrittäjän kotona. Toimivien toimitilojen saamiseksi täytyy kodin tiloihin tehdä pieniä muutostöitä ja hankkia kalusteita tarvikkeiden säilytystä varten. Toimitilan muutostöihin sisältyy väliseinän rakentaminen ja oven asentaminen sekä pesutilaan hanan hankkiminen ja sen asentaminen. Muutostöihin ei ole huomioitu työ kustannuksia, koska työt on mahdollista toteuttaa itse.

Muissa rahoitustarpeissa on huomioitu perustamiskustannukset, käyttöpääoman tarve ja kustannusylivaraus. Käyttöpääoman tarve on huomioitu tulossuunnitelmalaskelmasta laskemalla yritystoiminnan kulut yhteen ja huomioimalla niistä kahden kuukauden kulujen määrä. Arvoitujen kustannusten kasvamiseksi rahoituslaskelmaan on laskettu kustannusylivaraus, joka on 10 prosenttia arvioidusta rahoitustarpeesta.

Rahoituslaskelma (liite 1) osoittaa, että rahoituksen tarve yritystoiminnan aloittamiseksi on 5561 euroa. Rahoitustarve katetaan yrittäjän sijoittamalla omalla pääomalla ja pankkilainalla. Yrittäjä sijoittaa omaan pääomaan 2000 euroa ja loppu rahoituksen tarve noin 4000 euroa rahoitetaan pankkilainalla.

10.3 Hinnoittelu

Yritys X:n tuottamien palveluiden hinnoittelu perustuu tunti hinnoitteluun, joten palvelun lopullinen hinta asiakkaalle määräytyy käytetyn ajan mukaan. Etukäteen lopullisen palvelun hinnan ”lukkoon lyöminen” on haasteellista, koska käytettyyn aikaan vaikuttavat muun muassa koiran turkin kunto ja sen käyttäytyminen trimmauksen tai turkinhoidon aikana. Jokainen koira on yksilö ja jokaisen turkkia on hoidettava yksilöllisesti. Kun yksi koira seisoo paikallaan rauhallisesti koko trimmauksen ajan, toinen voi kyllästyä jo hyvinkin nopeasti ja vaatii välillä muutakin aktiviteettia pystyäkseen rauhoittumaan niin, että trimmausta on mahdollista jatkaa.

Hinnoittelussa palvelut on jaettu pääsääntöisesti kolmeen ryhmään:

- trimmaus nyppien
- trimmaus leikaten
- turkin pesu ja föönaus.

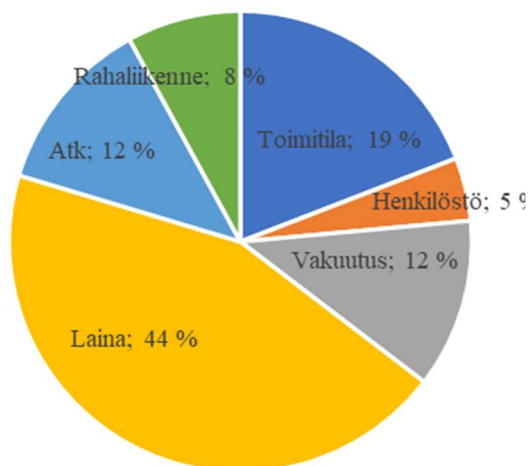
Tuntihinnalta nyppien trimmaaminen on arvokkaampaa kuin leikaten trimmaaminen, koska se on työläämpää ja trimmaajalle raskaampaa kuin turkin koneella ajaminen ja saksilla leikkaaminen. Nyppien trimmaaminen vie myös enemmän aikaa, joten se on asiakkaalle kalliimpaa joka tapauksessa verrattuna leikaten trimmattavaan koiraan. Kynsienleikkauksen hinnoittelu on hinnoiteltu kiinteästi kertakorvauksella.

10.4 Tulossuunnitelma

Tulossuunnitelman tarkoituksena on selvittää yritystoiminnasta aiheutuvien kulujen kautta tarvittavan myynnin määrä, millä toiminnan kulut katetaan. Tulossuunnitelmalaskelmassa on pyritty huomioimaan kaikki toiminnasta aiheutuvat kulut. Kulut on katettava myyntituloilla tilikauden aikana, että yritystoiminta on kannattavaa. Ensimmäisellä tilikaudella tulostavoitetta ei aseteta, koska halutaan tietää vaadittava vähimmäismyynti. Lisäksi tarkoituksena on miettiä yrittäjän ajallisia resursseja yritystoiminnan pyörittämiseen. Vähimmäismyynti selvittämällä pystytään arvioimaan vuoden työmäärä, mikä on vähintään tehtävä, että myyntituloja saadaan tarpeeksi kulujen kattamiseksi.

Tulossuunnitelmassa (liite 2) on aluksi eroteltu liiketoiminnan kulut, jotka laskemalla yhteen on saatu liikevaihdon määrä, jolla yrityksen tulos nolla, eli kriittinen piste. Kokonaismyynnin tarve on esitetty lisäämällä tarvittavan liikevaihdon määrään arvonlisävero 24 %, jotta saadaan todellinen rahamäärä, joka asiakkailta tulee veloittaa. Liikevaihtoon on lisätty toisella tilikaudella tulostavoite, ensimmäisellä tilikaudella tulostavoitetta ei aseteta. Tulostavoitteesta on laskettu maksettava tulovero ja lopuksi on esitetty lopullinen liiketoiminnan tulos.

Palveluyrityksenä kuukausittaisia ostoja ei juurikaan muodostu vaan suurin osa yritystoiminnan kuluista koostuu toimitilakustannuksista ja pankkilainan lyhennyksistä ja koroista. Kuviossa 13 on kuvattu kaikkien kustannusten jakautuminen ensimmäisen tilikauden aikana.



Kuvio 13. Kulujen jakautuminen ensimmäisellä tilikaudella.

Koska toimitilat sijaitsevat yrittäjän kotona, on toimitilan kustannukset suhteutettu yritystoimintaan käytettävän tilan koon mukaan koko asunnon kustannuksista. Ainoastaan yritystoimintaan käytettävien tilojen koko on noin 10 m². Toiselle tilikaudelle kustannuksia on hieman nostettu odotetun myynnin lisääntymisen takia, jolloin tiloja tulee käytettyä enemmän. Koska yritys on osakeyhtiö, on mahdollista solmia toimitiloista myös vuokrasopimus.

Henkilöstökustannukset ovat pienet, koska yrittäjä ei maksa itselleen palkkaa, vaan nostaa yrityksestä tulevaisuudessa varoja osinkoina. Henkilöstökustannuksiin luokitellaan

yrittäjän tarvitsemat työvaatteet sekä kouluttautumisesta johtuvat kustannukset. Vakuutukset kattavat yrityksen irtaimiston ja toiminnan vastuuvakuutuksen. Vakuutusten hinta on arvioita Pohjolan vakuutustarjouksen perusteella.

Raha- ja tietoliikennekulut sisältävät pankkitilin käytön kustannukset ja maksupäätteen perimät provisiot maksukorttimyyynneistä sekä puhelimen ja internetin käytön kustannukset. Yritykselle hankitaan erillinen maksupäätte, jotta maksukortilla maksaminen on mahdollista. Hankittava maksupäätte on kuukausimaksuton. Laskutus on mahdollista, mutta pelkästään sen varassa toimiminen on liian riskialtista, jos asiakkaat eivät laskujaan maksaakaan. Atk-kulut sisältävät atk-laite ja -ohjelmistokulut sekä muut toimistotarvikekulut.

11 Johtopäätökset ja pohdinta

Koiran aseman muuttuminen vuosien saatossa metsästävästä hyötyeläimestä rakastettavaksi perheenjäseneksi on avannut koirabisneksen osalta uusia ovia useille uusille yrittäjille. Koirabisnes on vahvasti kasvava liiketoiminnan ala. Koirille on tarjolla nykyisin laajojen tuote- ja ruokavalikoimien lisäksi esimerkiksi hieronta- ja hyvinvointipalveluita niin kuin ihmisillekin. Koiran omistaminen ohjaa ihmisten kulutustottumuksia useiden suurienkin hankintojen osalta, kuten asunnon ja auton. Koirien hyvinvoinnista välitetään ja siihen panostetaan yhä enemmän, mutta myös koiran vaikutus ihmisen hyvinvointiin on kiistatta positiivinen. Suomessa koiramäärien jatkuva kasvu myös takaa sen, että koirabisneksen parissa toimiville yrityksille asiakkaita riittää.

Opinnäytetyön toiminnallisen osuuden tavoitteena oli laatia toteuttamiskelpoinen liiketoimintasuunnitelma perustettavalle koirien trimmaus- ja turkinhoitopalveluita tuottavalle yritykselle. Lisäksi tavoitteena oli laatia myös rahoituslaskelma ja tulossuunnitelma liiketoimintasuunnitelman liitteiksi. Rahoituslaskelman avulla selvitettiin yritystoiminnan alkuvaiheen rahoitustarvetta ja pohdittiin, kuinka se rahoitetaan. Tulossuunnitelman avulla selvitettiin liiketoiminnasta syntyvät kulut, jonka pohjalta selvitettiin tarvittavan vähimmäismyynnin määrä, joka tulisi kattamaan kulut.

Teoriaosuuden tavoitteena oli perehdyttää kirjoittaja produktissa esitettyihin aihealueisiin teorian avulla. Kirjallisuutta kerättiin kattavasti liiketoiminnan alalta yrityksen perustamisesta, yritystoiminnasta ja yrityksen taloudesta. Lisäksi käytettiin internetistä löytyviä sähköisiä lähteitä täydentämään kirjallisuuden lähteitä. Produktissa esitetyt aihealueet käsiteltiin kaikki teoreettisessa tietopohjassa yleisellä tasolla ja produktissa syvennyttiin pohtimaan näitä asioita perustettavan yrityksen liiketoiminnan kannalta.

Opinnäytetyön produktina toteutuneen liiketoimintasuunnitelman pohjalta suunnitellun liiketoiminnan aloittaminen ja toteuttaminen on täysin mahdollista. Yrittäjällä on selkeä kuva yritystoiminnastaan sekä tavoitteet, mitä hän yritystoiminnassaan tavoittelee. Toiminnan aloittaminen ei vaadi suuria investointeja vaan tarvittavien alkuinvestointien tekeminen on mahdollista yrittäjän oman sijoituksen ja pienen pankkilainan avulla. Kannattavaan liiketoimintaan tarvittavan myynnin kasaan saaminen on mahdollista, vaikka yrittäjä harjoittaa liiketoimintaa sivutoimisena. Tarvittavan myynnin määrän tavoittamiseksi ensimmäisen tilikauden aikana tarkoittaa, että yrittäjän tulisi käyttää omaa aikaansa noin kahden koiran trimmaukseen viikossa, mikä on yrittäjän ajankäytön kannalta mahdollista ja trimmattavien koirien määrää voi helposti vielä lisätä, mikä mahdollistaa yrityksen tulojen kasvamisen ja sen myötä myös yrityksen tulos kasvaa.

Opinnäytetyön tekeminen oli opettavainen matka haaveilemani liiketoimintamahdollisuuden selvittämisestä. Liiketoimintasuunnitelma opinnäytetyönä osoittautui yllättävän laajaksi ja monialaiseksi aiheeksi, joten suurienkin rajausten tekeminen oli paikallaan, kuten koko markkinoinnin osa-alueen poisrajaaminen. Opinnäytetyön tekeminen työ- ja perhe-elämän ohella vaati paljon aikataulutusta, mutta suunnitelmallisuus mahdollisti työn etenemisen aikataulussa. Kirjallisuuden löytäminen ja itselleen saaminen osoittautui haasteelliseksi, koska kirjaston varausjonot suosituimpiin opinnäytetyön kirjallisuuden teoksiin olivat pitkät. Oman osansa haasteisiin toi myös keväällä puhjennut koronavirusepidemia, minkä takia kirjastot suljettiin kokonaan ja opinnäytetyö oli tehtävä loppuun turvautuen sähköisiin materiaaleihin.

Alkuperäinen yrityksen liiketoimintasuunnitelma laadittiin yhteistyössä KETI:n yritysneuvojan kanssa. Liiketoimintasuunnitelma laskelmineen tehtiin sidosryhmille kelpaavaan valmiiseen pohjaan, joka muotoutui matkan varrella hyvin yksityiskohtaiseksi ja

monisivuiseksi kuvaukseksi yritystoiminnasta. Opinnäytetyöhön liitetty liiketoimintasuunnitelma on tiivistetty muoto alkuperäisestä, minkä kokoaminen ja muotoileminen suuremmasta kokonaisuudesta oli haastavaa ja aikaa vievää.

Opinnäytetyön tekeminen kartoitti ja laajensi kirjoittajan teoreettista tietopohjaa yritystoiminnasta entisestään. Hyvän teoriapohjan avulla produktin rakentaminen oli suhteellisen helppoa, pois lukien ulkoiseen muotoon liittyviä esittämisen haasteita. Tutkimusmenetelmien valinta oli onnistunut, eli kirjallisuuden ja yritysneuvojan kanssa käydyt vuorovaikutukseen perustuvat keskustelut sekä kirjoittajan oman havainnoinnin yhdistäminen toimivat tutkimusmenetelminä opinnäytetyössä. Opinnäytetyön lopputuloksena syntyi toteuttamiskelpoinen liiketoimintasuunnitelma, johon kirjoittaja on tyytyväinen. Opinnäytetyön mukanaan tuomaa teoretietoa kirjoittaja on päässyt käytännössä hyödyntämään jo työelämässään kirjanpitäjänä.

Kun yritystoiminta on aloitettu ja yrityksellä on asiakaskuntaa, on ajankohtaista miettiä asiakashankintaa ja yrityksen markkinointitoimenpiteitä, koska aihealueet rajattiin liiketoimintasuunnitelmaa tehdessä työn ulkopuolelle. Jatkotutkimuksena yritykselle voisi laatia markkinointisuunnitelman, jossa suunnitellaan toimenpiteitä, joiden avulla yritys alkaa toimimaan näkyvyytensä parantamiseksi. Yritystoiminnan alussa yrityksen on tarkoitus hyödyntää markkinoinnissaan ainoastaan sosiaalisen median kanavia. Jos yrityksellä on tavoitteena toiminnan kasvattaminen ja uusien asiakkaiden hankkiminen, pelkäänsä sosiaalisen median kanavat tuskin riittävät tavoitteelliseen markkinointiin. Markkinointisuunnitelmaa täydentämään voisi toteuttaa kyselytutkimuksen, jonka avulla selvitetään todellista trimmattavien koirien määrää Keski-Karjalassa ja koiranomistajien toiveita trimmaamon palveluista ja tuotevalikoimasta. Kyselyn avulla olisi hyvä selvittää myös koiranomistajien arvoja ja asenteita ja kohtaavatko ne yrityksen arvojen kanssa, esimerkiksi toiminnan ekologisuuden ja eettisyyden osalta. Kyselyn avulla selviäisi, onko yritystoiminta oikealla tiellä asiakkaiden näkökulmasta ja tuoko nykyaikainen ekologinen ja eettinen arvopohja yrityksen toiminnassa lisäarvoa yritykselle asiakkaiden näkökulmasta.

Jos yritystoiminta alkaa pyörimään kiitettävästi ja sen laajentamisen suunnitteleminen on ajankohtaista, on siinä vaiheessa hyvä suunnitella toimitilaratkaisuja uudelleen. Jatkotutkimuksena voisi tutkia myös yritystoiminnan toimitilaratkaisuja, jolloin vaihtoehtoina

ovat toimitilojen remontoiminen yrittäjän kodin yhteydessä sijaitsevaan varastorakennukseen ja valmiiden toimitilojen vuokraaminen. Tarkoituksena olisi selvittää, kumpi vaihtoehto olisi kannattavampi ja millaisia rahoitus- ja tukimahdollisuuksia toiminnan laajentamiseksi olisi olemassa.

Lähteet

- Accountor Go. 2020. Osinkojen verotus ja maksaminen osakeyhtiössä [2020].
<https://go.accountor.fi/osingonjako-osakeyhtio/>. 7.3.2020.
- Alikoski, R., Hakonen, M. & Viitasalo, J. 2013. Yritystoiminnan taitajaksi. 5. uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Anttila, R. & Merve, S. 2015. Koirien hieronta- ja trimmauspalveluiden hinnoittelu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Laurea ammattikorkeakoulu.
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/87891/Anttila_Riikka_Merve_Sari.pdf?sequence=1&isAllowed=y. 7.12.2019.
- Arvonlisäverolaki 30.12.1993/1501.
- Asiatieto Oy & Holopainen, T. 2014. Yrityksen perustamisopas: Käytännön perustamistoimet. 23. uudistettu painos. Porvoo: Bookwell Oy.
- Bisnes.fi. 2018a. Toiminimi. <https://bisnes.fi/toiminimi/>. 16.2.2020.
- Bisnes.fi. 2018b. Toiminimen verotus. https://bisnes.fi/toiminimen-verotus/?gclid=Cj0KCQiA7aPyBRChARIsAJfWCgIPdEt-9zyCGgyKKHYwAIG-RxfJZZYmKD08pd95CAeHvVliAQRD-ZQaAhWaEALw_wcB. 16.2.2020.
- Eklund, I. & Kekkonen, H. 2014. Kannattavuuslaskenta ja hinnoittelu. 1. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Elinkeinoverolaki 24.6.1968/360.
- Elinkeinoelämän keskusliitto, EK. 2020. Julkisen rahoituksen lähteitä. <https://ek.fi/mita-temme/yrittajyys/yritysrahoitus/julkinen-rahoitus/>. 12.3.2020.
- Harmaala, M-M. & Jallinoja, N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. 1. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. 7. uudistettu painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Hesso, J. 2015. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. 2. uudistettu painos. Vantaa: Hansaprint Oy.
- Hiltunen, E. 2017. Mitä tulevaisuuden asiakas haluaa - Trendit ja ilmiöt. Juva: Docento Oy.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Ikäheimo, S., Laitinen E. K., Laitinen, T. & Puttonen, V. 2011. Laskentatoimi ja rahoitus. Vaasa: Vaasan Yritysinformaatio Oy.
- Jaaranen, A. 2018. Koira kiintymyksen ja kulutuksen kohteena - Ihmisen ja koiran suhde kulutuksen kontekstissa. Sosiologia. Pro Gradu. Itä-Suomen Yliopisto. http://epublications.uef.fi/pub/urn_nbn_fi_uef-20180479/urn_nbn_fi_uef-20180479.pdf. 24.2.2020.
- Kareh, A. 2019. Three tips for a better SWOT analysis. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2019/07/19/three-tips-for-a-better-swot-analysis/#49587fb31356>. 27.2.2020.
- Karjalainen, L. 2010. Tilastotieteen perusteet. Ensimmäinen painos. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Kauppila, J. 2019. Yrityksen perustamisopas sivutoimiselle yksinyrittäjälle. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Saimaan ammattikorkeakoulu.
https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/262543/Kauppila_Jari.pdf?sequence=2&isAllowed=y. 6.1.2020.
- Kirjanpitolaki 30.12.1997/1336.

- Kirjanpitolautakunta, KILA. 2006. Tuloslaskelman ja taseen esittäminen. https://kirjanpitolautakunta.fi/yleisohjeet-artikkeli/-/asset_publisher/tuloslaskelman-ja-taseen-esittaminen. 5.4.2020.
- Koivumäki, J. & Lindfors, H. 2012. Pk-yrityksen taloushallinto käytännönläheisesti. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.
- Louhivuori, V. 2014. Pienten ja keski suurten yritysten rahoitus Suomessa. Valtion taloudellinen tutkimuskeskus. Helsinki. https://vatt.fi/documents/2956369/3012237/muistiot_37.pdf. 26.2.2020.
- Länsisalmi, H. 2013. Uudista liiketoimintaa. 1. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Löyskä, J. & Nurmi, J. 2015. Aloittavan pienyrityksen tulos- ja rahoitussuunnittelu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Saimaan ammattikorkeakoulu. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/95562/Nurmi_Jasmina_ja_Loyska_Jenna.pdf?sequence=1&isAllowed=y. 15.2.2020.
- Minilex. 2020. Yksityinen elinkeinonharjoittaja ja verotus. <https://www.minilex.fi/a/yksityinen-elinkeinonharjoittaja-ja-verotus>. 16.2.2020.
- Myllymäki, R. 2019. Palvelujen hinnoittelu. 1. painos. Karkkila: Ketterä Kirjat Oy.
- Mäenpää, K. 2015. Tulos syntyy teoista - liiketalous tutuksi. Saarijärven Offset Oy.
- Neilimo, K. & Uusi-Rauva, E. 2009. Johdon laskentatoimi. 6.-9. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Netco-projekti. 2020. Verkottuvat pienosuuskunnat. Asiakas on tärkein. https://www.yrittajat.fi/sites/default/files/migrated_documents/asia-kas20on20tc3a4rkein20270114_0.pdf. 27.2.2020.
- Niskanen, J. & Niskanen, M. 2010. Yritysrahoitus. 5.-6. painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- OnnistuYrittäjänä.fi. 2020. Business Model Canvas. <https://www.onnistuyrittajana.fi/artikkeli/business-model-canvas-ohjeet>. 22.3.2020.
- Opinahjo. 2016. Muistutuksena: Kirjanpitolainsäädännön uudet yrityskoot. <https://opinahjo.fi/kirjanpitolainsaadannon-uudet-yrityskoot/>. 26.2.2020.
- Osaava Yrittäjä. 2016. Aloittavan yrityksen rahoitustarve. <http://www.tieto.osaavayrittaja.fi/aloitavan-yrityksen-rahoitustarve>. 31.3.2020.
- Osakeyhtiölaki. 21.7.2006/624.
- Patentti- ja rekisterihallitus, PRH. 15.1.2016. Liikeidea ja liiketoimintakonsepti. https://www.prh.fi/fi/johdon_tyokirja/immateriaaliasiatliiketoimintaprosessissa/liikeidea8212liiketoimintakonsepti.html. 6.1.2020
- Professional Academy. 2020. Marketing theories – PESTEL analysis. <https://www.professionalacademy.com/blogs-and-advice/marketing-theories---pestel-analysis>. 30.3.2020.
- Pyykkö, M. 2011. Minustako yrittäjä? Ensimmäinen painos. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Raatikainen, L. 2011. Liikeideasta liikkeelle. 8. uudistettu painos. Helsinki: Edita.
- Satopää, P. 2013. Koira-alan markkinat ja koiranomistajien ostokäyttäytyminen Suomessa. Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma. Opinnäytetyö (YAMK). https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/54952/Satopaa_Pia.pdf?sequence=1&isAllowed=y. 6.1.2020.
- Suomen Kennelliitto - Finska Kennelklubben ry. 2020. Rotujen rekisteröintimäärät Suomessa. <https://www.kennelliitto.fi/koirat/rotujen-rekisterointimaarat-suomessa>. 15.2.2020.
- Suomen Kennelliitto - Finska Kennelklubben ry. 2020. Suosituimmat rodut 2019 TOP 100. <https://www.kennelliitto.fi/files/suosituimmat-rodut-vuonna-2019-top-100>. 4.4.2020.
- Syvänperä, O. & Lindfors, H. 2014. Pk-yrityksen budjetointi ja raportointi käytännönläheisesti. 4. uudistettu painos. Viro: Meedia Zone OÜ.

- Söderström, T., Stenbacka, J. & Mäkinen, I. 2017. Katteella tulosta. 11. uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Theseus - ammattikorkeakoulujen opinnäytetyöt ja julkaisut. 2019. <https://www.theseus.fi/>. 22.11.2019.
- Tilastokeskus. 2018a. Suomessa on noin 700 000 koiraa. <http://www.stat.fi/tietotrendit/blogit/2018/suomessa-noin-700-000-koiraa/>. 15.2.2020
- Tilastokeskus. 2018b. Yrittäjät Suomessa 2017. http://www.stat.fi/tup/julkaisut/tiedostot/julkaisuluettelo/ytym_201700_2018_21465_net.pdf. 15.2.2020.
- Tomperi, S. 2018. Taloushallinto – Toiminnan kannattavuus. 12. uudistettu painos. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Tomperi, S. 2009. Yritysverotus ja tilinpäätössuunnittelu. 23. uudistettu painos. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Tuomi-Sorjonen, P. & Kosonen, P. 2015. Tilikausi. 1. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta (TENK). 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. https://tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf. 8.1.2020.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2018. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 27/2018: Uudistuva työ ja yrittäjyys – visioista toteutukseen. http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161072/TEMjul_27_2018_Uudistuva_tyo.pdf. 22.3.2020.
- Verohallinto. 2020a. Elinkeinotoiminnan tulos ja sen jakaminen ansiotuloksi ja pääomatuloksi – liikkeen- ja ammatinharjoittaja. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/ilmoittaminen-ja-maksaminen/veroilmoitus/liikkeen-tai-ammattinharjoittaja/nettovarallisuus/>. 20.2.2020.
- Verohallinto. 2020b. Miten yksityisen elinkeinonharjoittajan nettovarallisuus lasketaan? <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/ilmoittaminen-ja-maksaminen/veroilmoitus/liikkeen-tai-ammattinharjoittaja/nettovarallisuus/miten-nettovarallisuus-lasketaan/>. 20.2.2020.
- Verohallinto. 2020c. Rahan nostot ja yksityiskäyttö – yksityinen elinkeinonharjoittaja. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/ilmoittaminen-ja-maksaminen/veroilmoitus/liikkeen-tai-ammattinharjoittaja/rahan-nostot-ja-yksityisk%C3%A4ytt%C3%B6/>. 16.2.2020.
- Verohallinto. 2020d. Tuloverotus – osakeyhtiö ja osuuskunta. <https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/tietoa-yritysverotuksesta/tuloverotus/osakeyhtio-ja-osuuskunta/>. 1.3.2020.
- Veronmaksajain Keskusliitto Ry. 2020. Osinkojen verotus pörssiyhtiöstä ja listaamattomasta yhtiöstä. <https://www.veronmaksajat.fi/Sijoittaminen/Osinkojen-verotus/#2912b64e>. 1.3.2020.
- Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen: menestyvän yritystoiminnan perusta. 6. uudistettu painos. Porvoo: Edita Publishing Oy.
- Yritystulkki. 2019. Suunnittelu. <https://www.yritystulkki.fi/fi/alue/keti/aloittava-yritytaja/suunnittelu/>. 15.12.2019.
- Yritystulkki. 2020. Käyttöpääoma. <https://www.yritystulkki.fi/fi/alue/keti/aloittava-yritytaja/rahoitus/kayttopaaoma/>. 22.3.2020.
- Yrittäjät. 2020a. Oletko valmis yrittäjäksi? <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/oletko-valmis-yrittajaksi-316168>. 1.1.2020.
- Yrittäjät. 2020b. Valitse oikea yhtiömuoto. <https://www.yrittajat.fi/yrittajan-abc/perustietoa-yrittajyydesta/yrityksen-perustaminen/valitse-oikea-yhtiomuoto-565987>. 15.2.2020.

Yritys- ja yhteisötietojärjestelmä, YTJ. 2020. Yksityisen elinkeinonharjoittajan perustamisilmoitus. <https://www.ytj.fi/index/ilmoittaminen/perustamisilmoitus/yksityinenelinkeinonharjoittaja.html>. 16.2.2020.

Yritys X:n rahoitustarvelaskelma

Rahoitustarve		
Laite- ja tarvikehankinnat		
Laitteet	2200	
Tarvikkeet	1000	
Atk- ja ohjelmistot	200	
Laite- ja tarvikehankinnat	3400	
Toimitilan muutuskulut		
Remonttitarvikkeet	800	
Kalusteet	200	
Toimitilan muutuskulut	1000	
Muu rahoitustarve		
Perustamiskustannukset	275	
Käyttöpääoma / 2kk	380	
Kustannusylivaraus 10 %	506	
Muu rahoitustarve	1161	
Rahoitustarve yhteensä	5561	

Yritys X:n tulossuunnitelma

Tulossuunnitelma		
	1. tilikausi	2. tilikausi
Henkilöstökulut		
Koulutus		1200
Työvaatteet	100	100
Henkilöstökulut	100	1300
Toimitilakustannukset		
Sähkö ja vesi	300	300
Puhtaanapito	150	160
Irtaimistovakuutus	42	42
Toimitilakustannukset	492	502
Atk-, ohjelmisto- ja toimistokulut		
Laite- ja ohjelmakulut	200	300
Muut atk- ja toimistokulut	90	110
Atk-, ohjelmisto- ja toimistokulut	290	410
Markkinointikulut		
Mainokset ja painotuotteet	0	120
Markkinointikulut	0	120
Tieto- ja rahaliikennekulut		
Puhelin- ja datansiirto	120	120
Rahaliikenne	80	150
Tieto- ja rahaliikennekulut	200	270
Vastuuvakuutus	268	268
Lainan lyhennykset ja korot	1000	1000
Liikevaihdon tarve	2350	3870
Arvonlisävero 24 %	564	929
Kokonaismyynnin tarve	2914	4799
Tulostavoite	0	5000
Tavoite liikevaihto	2350	8870
Tulovero 20 %	0	1000
Tulos	0	4000